

Religiöse Events

Zur Bedeutung des Erlebens in der Jugendpastoral

1. Religiöses Erleben in veränderter Festkultur

Werbick hat einmal die These aufgestellt, dass der Glaube vielen Menschen nur noch im kultisch Erstarrten, im kleinbürgerlichen Milieu oder in den hierarchischen Strukturen sichtbar werde. Seine Lebendigkeit sei in die Unsichtbarkeit abgewandert.¹ Mit dem Zerschlagen des einst alternativlos und damit glaubwürdigen Modells der direkten Bezogenheit von jenseitigem Heil und institutionell verwalteter Gnadenmittel ist für postmoderne Menschen heute kaum noch die Korrelation von Glaubensbotschaft und Lebensrealität in den kirchlichen Ritualen zu erkennen.

Anders dagegen beim religiösen Event „Weltjugendtag“, der von den Teilnehmenden – und einer breiten Medienöffentlichkeit – als gelebtes, religiöses Gemeinschaftserlebnis beschrieben wurde. Fast einstimmig äußerten sich die Jugendlichen in Köln, dass sie sich auch über den Weltjugendtag hinaus eine „lebendigere Kirche“ wünschen.² Und dabei war es doch von je her eine „katholische Kompetenz“, Feste, Festspiele oder auch Wallfahrten zu organisieren, d.h. kirchliches Leben für alle Sinne auszugestalten.

Was also sind „Events“? Mit Gebhardt lässt sich das Event als eine *spezielle* Form des Festlichen beschreiben, das sich vor allem aus den gesellschaftlichen Veränderungen heraus entwickelt hat. Konsequenzen dieser Veränderungsprozesse sind vor allem die zunehmende Veralltäglichsung sowie Verzweckung des Festlichen. So erfordert die Heterogenität der Teilnehmenden, die Diffusität der Ziele, die Auflösung objektiver Vorgaben und die Multiplizierung der vermeintlichen Festanlässe das Kompensat der Außeralltäglichkeit, Intensität und Besonderheit.³ Kirchlich insze-

1 Vgl. Jürgen Werbick, „... damit sie das Leben haben und es in Fülle haben“ (Joh 10,10). Fundamentaltheologische Anfragen an das katechetische Handeln der Kirche, in: Franz-Peter Tebartz-van Elst (Hrsg.), *Katechese im Umbruch. Positionen und Perspektiven* (FS für D. Emeis), Freiburg i. Br. 1998, 152-164, hier: 163.

2 Vgl. Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Franz Liebl (Hgg.), *Forschungskonsortium WJT. Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation* (Erlebniswelten Band 12), Wiesbaden 2007, 47; vgl. auch den zusammenfassenden Artikel von Winfried Gebhardt, *Religion als Abenteuer*, in: *Stimmen der Zeit*, 2008(7), 435-449, hier: 440).

3 Bei Events wird auf Emotionen und Erlebnisse gesetzt – nicht nur, um Veranstaltungen attraktiver vermarkten zu können, sondern vor allem auch um den Bedürfnissen der

nierte Events versuchen diesen Veränderungsprozessen Rechnung zu tragen. In Events soll das thematisiert werden können, wozu sonst die Sprache fehlt. Kommunikation geschieht hier emotional. Vor allem aber stiftet gemeinsam Erlebtes Beziehung und soziale Bestätigung – ein Aspekt, dem angesichts gegenwärtiger Biografisierungsprozesse eine erhebliche Relevanz für die Jugendpastoral zukommen dürfte, da ohne die Erfahrung gesellschaftlicher Plausibilität eine christliche Identität auf Dauer problematisch sein dürfte.⁴ Das emotional-religiöse Erleben rückt damit zusehends in den Mittelpunkt der Jugendpastoral. Religiöse Erlebnisse und Events – so die Hoffnung – bieten die Möglichkeit einer attraktiven Pastoral, in der sich die und der Einzelne subjektiv angesprochen und sozial bestätigt erfahren.

Für die folgende Untersuchung wird eine zweifache Annäherung an das Phänomen „Event“ gewählt, um neben der „unternehmensorientierten“ Perspektive von Events ebenso auch den Intentionen der Teilnehmenden – am Beispiel des letzten Weltjugendtags – Gehör zu verschaffen. Vor dem Hintergrund der dann eingeführten anthropologisch-theologischen Grundoption unhintergebar, menschlicher Freiheit sollen abschließend die jugendpastoralen Möglichkeiten und Bedenken skizziert werden.

2. Funktionale Aspekte des Events

2.1 Events aus marktstrategischer Perspektive

„Ein (Marketing-)Event ist ein vorbereitetes Erlebnis, das mittels einer dramaturgisch aufgebauten Inszenierung, der multisensuellen Ansprache und durch Interaktion eine starke emotionale Aufladung der Teilnehmer bewirkt und diese im Hinblick auf ein vorab definiertes, strategisches Ziel hin nachhaltig und langfristig beeinflusst. Das übergeordnete Ziel eines Events liegt in der emotionalen Aufladung der Teilnehmenden, um diese zu stimulieren und so eine langfristig wirkende Handlungs- und/oder Einstellungssteuerung zu erreichen [...]. Der Schlüssel hierzu liegt im Erlebnis. [...] Events können in diesem Sinne auch betrachtet werden als dreidimensionale, inszenierte Bilder, die über alle Sinneskanäle wirksam werden können.“⁵ Gerhards weist darauf hin, dass in dem dicht kompo-

Menschen nach tiefen und ganzheitlichen Erfahrungen (religiöser) Ergriffenheit zu entsprechen. Insofern implizieren Events also durchaus eine gewisse Religionsproduktivität (vgl. Michael N. Ebertz, Transzendenz im Augenblick. Über die „Eventisierung“ des Religiösen – dargestellt am Beispiel der Katholischen Weltjugendtage, in: Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hgg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000, 345-362, hier: 348).

- 4 Vgl. Ulrich Riegel / Hans-Georg Ziebertz / Boris Kalbheim, Die Gretchenfrage mal anders. Religiöse Stile heutiger Jugendlicher, in: Lebendige Seelsorge, 2004(2), 239-245, hier: 244.
- 5 Martin Büsch, Event in der Perspektive des Marketing, in: Hans Hobelsberger /Paul

nierten Ereignisarrangement der eigentliche Event-Gegenstand mitunter nur eine vordergründige Rolle spielt.⁶ Vielmehr geht es darum, Routinen als Wirklichkeiten des alltäglichen Lebens in einem ästhetisch und emotional verdichteten Rahmen aufzuheben, „um den Teilnehmern die metaphysische Erfahrung ‚des Ganzen des Seins‘ zu gestatten.“⁷ Letztlich zielt das Eventmarketing vor allem darauf, die Beziehung zu den Kunden zu managen, d.h. sie zu planen, gestalten und zu kontrollieren.⁸

Auf dem Weltjugendtag in Köln ging es der Kirche nach Aussage des Forschungskonsortiums WJT um eine emotionale Einheitserfahrung katholischer Zusammengehörigkeit – trotz aller Verschiedenheit. Die Einheit der Kirche sollte sowohl im öffentlichen Bewusstsein genauso wie im subjektiven Erleben der Teilnehmenden verankert werden.⁹ Weiterhin stellte sich beim Weltjugendtag die eigentlich verbindliche Lehre medienwirksam weniger als Korsett, denn als eine attraktive und starke Option dar, die sich gegenüber dem breiten Sinnstiftungsmarkt durchaus behaupten kann: „Die gelebte Vielfalt des Katholischen sollte für einen herausgehobenen Moment [...] als große, widerspruchslöse Einheit nach außen präsentiert und für die Teilnehmer erlebbar gemacht werden. Es ging [...] um eine Demonstration der Stärke und des Anspruchs auf gesellschaftliche Mitsprache durch erlebniszentrierte und mittels der Medien weltweit verbreitete Inszenierung einer grandiosen ‚Einheitsfiktion‘.“¹⁰ Maßgeblich bei all dem war die Funktion des Papstes als Markensymbol des Katholizismus: In seiner Person gelang die paradoxe aber doch so notwendige Symbiose von Sakralem und Popkulturellem.

2.2 Events aus Sicht der Teilnehmenden

Destandardisierung und Pluralisierung fordern heute den Einzelnen dazu heraus, sein Leben selbst sinnvoll zu bestimmen und erfolgreich zu managen. Die verschiedenen Lebenswelten, in denen sich vor allem Jugendliche bewegen, erfordern von ihnen eine kreative Neuverknüpfung komplexer und paradoxer Alltagserfahrungen. Diskursiv ist diesen Widersprüchen

Hüster (Hgg.), Event im Trend – Beiträge zu einem verantworteten Umgang mit einer neuen Sozialform der Jugendpastoral, Düsseldorf 2002, 23-56, hier: 31f.

6 Vgl. Klaus Gerhards, Alles über Event!? Phänomenologie und Bedeutung von Event in der Erlebnis-Kultur, in: Hobelsberger / Hüster, Event im Trend, 57-90, hier: 62.

7 Gebhardt / Hitzler / Pfenhauer, Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, 20.

8 Vgl. Frank Sistench / Cornelia Zanger, Eventmarketing. Das Marketing-Event als metakommunikativer Baustein zur Etablierung von Kundenbeziehungen, in: Gebhardt / Hitzler / Pfenhauer, Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, 365-380.

9 Vgl. Gebhardt / Hitzler / Liebl (Hgg.), Forschungskonsortium WJT. Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation (Erlebniswelten Band 12), Wiesbaden 2007), 215.

10 Gebhardt / Hitzler / Liebl (Hgg.), Forschungskonsortium WJT. Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation (Erlebniswelten Band 12), Wiesbaden 2007, 214.

kaum noch beizukommen. Die Aneignung und Vermittlung von Werten gelingt postsäkular vor allem über die Mediatisierung des Selbst und die Ästhetisierung der Kommunikation;¹¹ sie bleibt freilich temporär beschränkt und situativ.

All diesen Anforderungen entsprechen Events: Über die Teilnahme entscheidet allein das Individuum, auch die angestrebte Mitgliedschaft bleibt zeitlich von ihm bestimmt. Teilnehmende suchen im Event einen „emotionalen Zusatznutzen“¹², der zum einen die ästhetische Loslösung vom Alltag bewirken und zum anderen die Erfüllung selbstentworfener Verheißungen erfahrbar machen soll. Lebenssinn wird hier sinnlich vermittelt, denn es geht weniger um die Behauptung oder gar um die Reflexion eines Sinns, sondern primär um dessen performative Inszenierung.¹³ Angestrebt wird zudem das Gefühl exklusiver Gemeinschaft und Zusammengehörigkeit. Maßgeblich für die Teilnahme sind nicht persönliche Bekanntschaften, sondern die anonymen Ähnlichkeiten, die während des Events sichtbar zelebriert und erlebt werden sollen. In dieser Gemeinschaft versuchen die Teilnehmenden mittels einer ästhetischen Betonung der eigenen Besonderheit, eine stabilisierende Identität in Abgrenzung bzw. Zugehörigkeit zu entwickeln. Events bieten dem einzelnen die Möglichkeit, sich „wie in einem Kollektiv-Vehikel aus Lebens-Routinen herauszutransportieren zu lassen“¹⁴ und über die erlebte Zugehörigkeit Identität zu verschaffen. Als „Versprechen des totalen Erlebnisses ist das Event geradezu die typische Vergemeinschaftungsform der ‚Erlebnisgesellschaft‘.“¹⁵ Mit der Möglichkeit den Alltag zu transzendieren wird es zum „Ideal popkultureller Religionsproduktivität“.¹⁶ Der Körperlichkeit kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, denn erst in der körperlichen Rückbindung der inszenierten Abläufe ereignet sich „Efferveszenz“, die ekstatische Erfahrung von Gemeinschaft, in der das Subjekt aufgehen kann.¹⁷

„Das spätmoderne Event ist die gezielte Selbsterfahrung der Gemeinschaft, die sich in den Ritualen des Events ausbildet.“¹⁸ Die beim Event erlebten

11 Vgl. Matthias Sellmann, Jugendpastoral in postsäkularer Zeit: Zwischen Kirche, Kult und Küblböck, in: Michael Freitag / Christian Scharnberg (Hgg.), Innovation Jugendkirche. Konzepte und Know-how, Hannover 2006, 43-68, hier: 54f.

12 Alexander Foitzik, Event – Machtwort des Zeitgeistes, in: Hobelsberger / Hüster, Event im Trend, 8-21, hier: 9.

13 Vgl. Sellmann, Jugendpastoral in postsäkularer Zeit, 52.

14 Ronald Hitzler, „Ein bisschen Spaß muss sein!“ Zur Konstruktion kultureller Erlebniswelten, in: Gebhardt / Hitzler / Pfadenhauer, Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, 410-409, hier: 403.

15 Foitzik, Event im Trend, 17.

16 Vgl. Klaus Gerhards, „God is a DJ“. Zur pop- und jugendkulturellen Religionsproduktivität von Events, in: Hobelsberger / Hüster, Event im Trend, 75-90, hier: 81f.

17 Vgl. Hubert Knoblauch, Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit. Zur Begrifflichkeit und Theorie des Events, in: Gebhardt / Hitzler / Pfadenhauer, Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, 33-50, hier: 42f.

18 Knoblauch, Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit, 48.

Gefühle sind selbst Ziel des Events, weshalb aber die Gemeinschaft auch nicht über das Event andauert. Die Gemeinschaft dient lediglich dem Nutzen ihrer möglichen Erfahrung: Durch Gemeinschaftsrituale soll also nichts anderes bewirkt werden als die Gemeinschaft selbst; sie selbst ist der Vollzug, der Erfahrung schafft; als Gemeinschaft deshalb aber auch folgenlos bleibt. „Wenn leitendes strategisches Motiv der rituell gebildeten Gemeinschaftlichkeit ist, keine dauerhafte Gemeinschaft bilden zu wollen, könnte man auch sagen: Events sind strategische Rituale der kollektiven Einsamkeit.“¹⁹

Auf dem Weltjugendtag wollten die Jugendlichen Religion einmal ganz anders erleben und feiern. Im Vordergrund stand nicht die intellektuelle Auseinandersetzung mit Glaubenthemen, sondern die Suche nach einer emotional berührenden und ganzheitlich-authentischen Spiritualität, die alle Sinne betrifft. „Gefühlseruptionen, Enthusiasmus mit leicht ekstatischen Einschlägen und das authentische Erleben von Gemeinschaft – das ist das ‚spirituelle Dreigestirn‘ des Kölner Weltjugendtags, welches den Teilnehmern Erfüllung und Momente situativer Glückseligkeit beschert.“²⁰

Die von den Organisatoren intendierte Verknüpfung von Sakralem wie Popkulturellem wurde durch die Jugendlichen selbst noch zu einem jugendgemäßen, spaß-religiösen *mixtum compositum* potenziert und ausgeweitet: Die jugendlichen Teilnehmerinnen und Teilnehmer verknüpften dabei nicht nur Religion und Party, sondern rekontextualisierten die popkulturelle Symbolsprache in eine religiöse (T-Shirts, Klingeltöne etc.).²¹ Der Papst wurde als religiöser Superstar gefeiert. Seine inhaltlichen Aussagen wurden nicht bloß toleriert – jedoch für den persönlichen Lebensstil relativiert.

Im Vordergrund stand bei den Teilnehmenden das Gemeinschaftserlebnis mit Gleichgesinnten, das immer wieder am ganzen Körper erfahren werden konnte und so eine „temporäre Gegenwelt“ zu der Vereinzelung als Gläubiger im Alltag etablierte. „Die Stärke an den WJTen ist, dass Kirche unübersehbar von hunderttausenden Jugendlichen repräsentiert wird und es den einzelnen Teilnehmenden leicht gemacht wird, sich als Teil dieser Gruppe zu verstehen.“²² Nach Ansicht des Forschungskonsortiums leitete die Weltjugendtagsgemeinschaft die für sie wichtigste Botschaft nicht aus einzelnen Lehraussagen ab, sondern erlebte sie in der Erfahrung des

19 Knoblauch, Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit, 49.

20 Gebhardt / Hitzler / Liebl (Hgg.), Forschungskonsortium WJT. Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation (Erlebniswelten Band 12), Wiesbaden 2007, 46.

21 Vgl. Forschungskonsortium WJT, Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation (Erlebniswelten Band 12), 52-71.

22 Christian Scharnberg; Arbeitsstelle für Jugendseelsorge der Deutschen Bischofskonferenz (Hgg.), Wirksamkeit des Weltjugendtages aus jugenpastoraler Perspektive. Ein Diskursbeitrag der Arbeitsstelle für Jugendseelsorge (afj), Düsseldorf 2004, 18.

Events – so lässt sich zusammenfassen – verhelfen zu Erlebnissen, die verloren gegangene Lebensorientierungen und ursprüngliche Lebensbindungen durch Spaß, Atmosphäre und Gefühle zu kompensieren gestatten. Events scheinen das zu realisieren, was dem Einzelnen nur schwer gelingt, denn sie sind „live, persönlich, sinnlich und sozial“ zugleich.²⁴ Das unreflektiert emotional-religiöse Erlebnis scheint als letzter Bestimmungsgrund übrig zu bleiben. Die „Transzendenz im Augenblick“ – wie Ebertz sie beschreibt – lässt den Jugendlichen sein Ich bewusst werden, indem sie ihn leib-seelisch „berührt“.²⁵

Zu untersuchen bleibt, wie die letztlich von den Teilnehmenden intendierte Identitätsfindung im emotionalen (Gemeinschafts-)Erlebnis gelingen kann, ob sich Menschen in der Aufhebung von Alltagsroutinen tatsächlich als „Ganze“ erfahren und welche ethischen Auswirkungen der selbstbestimmte Wunsch nach Fremdbestimmung zeigt.

3. Zur Beurteilung von Events in der subjektorientierten Jugendpastoral

3.1 Selbstbestimmte Identität vs. Selbstbestimmung als Identität

Während sich ehemals der Einzelne in einer Gemeinschaft als ein Bestimmter identifiziert erfahren (und in ihr aufgehen) konnte, dient ihm die Gemeinschaft im Event zur Erfahrung einer von ihm gewünschten Identität,²⁶ denn hier schließt er sich zeitlich begrenzt und mit Menschen ähnlicher Interessen und Neigungen zusammen.

Da Persönlichkeitsentwicklung und Identitätsfindung heute unter komplexen Bedingungen stattfinden und kaum mehr über das Fragmentarische hinaus gelingen können,²⁷ bieten gerade Events die Möglichkeit, das postmoderne Problem der „Undeutlichkeit des Selbst für sich selbst“ durch die Konstruktion einer inszenierten „Wirklichkeit“ für eine gewisse

23 Vgl. Gebhardt / Hitzler / Liebl (Hg.), Forschungskonsortium WJT. Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation (Erlebniswelten Band 12), Wiesbaden 2007, 82-92.

24 Vgl. Horst W. Opaschowski, Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebniswelten im Zeitalter der Eventkultur, Hamburg 2000, 56.

25 Vgl. Ebertz, Transzendenz im Augenblick. Über die „Eventisierung“ des Religiösen – dargestellt am Beispiel der Katholischen Weltjugendtage, in: Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hgg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000, 345-362.

26 Herbert Willems, Events: Kultur – Identität – Marketing, in: Gebhardt / Hitzler / Pfadenhauer, Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, 51-73.

27 Zu den postmodernen Entwürfen der Identitätsentwicklung vgl. G. Werner, Macht Glaube glücklich? Freiheit und Bezogenheit als Erfahrung persönlicher Heilszusage, Regensburg 2005, 79-94.

Zeit aufzuheben. „Die Individualisierung der Komposition von Kulissen und die weit gehende Freiheit des Wählens, Vermeidens, Entsorgens und Auswechslens legen den Schluss nahe: Ich bin, womit ich mich umgebe.“²⁸ Im Event stehen dem Menschen erstens „Module des Menschseins“ zur Verfügung, aus denen er seine Umgebung zu einer Kulisse des persönlichen Glücks komponieren kann²⁹ und zweitens die Bedingungen für eine fundamentale Bedürfnisbefriedigung seiner sozialen Anerkennung.³⁰ Events lassen sich folglich als „vorproduzierte Gelegenheiten zur massenhaften Selbst-Inszenierung der Individuen auf der Suche nach einem besonderen und besonders interessanten, ‚eigenem Leben‘“ definieren.³¹

Religiöse Events bieten die Gelegenheit einer Aneignung von Religion, die freilich nicht auf einer ethisch-stimmigen oder intellektuellen Begründung beruht, sondern aus ästhetisch-pragmatischen Gesichtspunkten gewählt wird. Religion wird zu einer Stilfrage, die emotional gegenüber den rationalen Herausforderungen des Alltags bestehen soll und dem Leben Orientierung und Halt zu geben hat. Sie soll zur ästhetischen Lebens- und Erlebnisqualität beitragen und als Medium der persönlichen Identitätsfindung dienen.

Die Folge jedoch ist, dass das weit gehend emotional konstruierte und mediatisierte Selbst kaum noch in einer wirklichen Auseinandersetzung mit seiner tatsächlichen Umgebung steht, da diese von ihm (oder anderen) bereits selektiv vorformatiert wird. Durch die Vorformatierung kann die Umwelt einerseits bewältigungsstrategisch auf einen überschaubaren und sicheren Bereich eingegrenzt werden. Andererseits soll sie – angesichts zunehmender *medialer* Inszenierungsangebote und gleichsam zurückgehender Möglichkeiten realer Betroffenheiten – Grenzen als Berührungspunkte schaffen, an denen sich Menschen ihrer Mächtigkeit vergewissern können.³²

Die im religiösen Event erlebbaren emotionalen Gegenwelten ermöglichen Identität, Sicherheit, Abstand, Geborgenheit und Überwältigung jenseits der alltäglichen Wirklichkeit. Das Ich scheint sich hier – aus moderner

28 Gerhard Schulze, Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur, Frankfurt a. M. / New York 2000, 17.

29 Vgl. Schulze, Kulissen des Glücks, 11f.

30 Vgl. Willems, Events: Kultur – Identität – Marketing, 54f.

31 Vgl. Hitzler, „Ein bisschen Spaß muss sein!“ Zur Konstruktion kultureller Erlebniswelten.

32 So kann durchaus gesagt werden, dass Jugendliche heute in einer Welt aufwachsen, „in der alle Kräfte eingesetzt werden, um aktiv alles Negative zu überwinden. Sterben und Tod werden anonymisiert und gehören nicht zum direkten Erfahrungshorizont junger Menschen. Bilder des Leides werden zwar medial in jedes Wohnzimmer gebracht, aber Leid wird auch nur über diesen Vermittlungsweg als erträglich erlebt“ (Klaus Ritter, Im Angesicht jugendlicher Glauben lernen. Impulse zur Jugendpastoral nach Klaus Hemmerle, Ostfildern 2004, 57).

Sicht – jedoch in zweifacher Hinsicht nicht wirklich selbst zu realisieren:³³ Zum einen ist der Entwurf nur pragmatisch und nicht im Selbst begründet, denn der Lebensentwurf vollzieht sich nach Kriterien des Nutzens statt nach denen der eigenen Freiheit. Zum anderen realisiert sich das Selbst nicht in der Wirklichkeit des Alltags, sondern zeigt sich nur medial vermittelt an den Oberflächen. Realitätsbezogene Auseinandersetzungen und Berührungen kommen kaum vor, sondern werden künstlich generiert, konsumiert oder nur in schonendem Umfang zugelassen. Schulze spricht von einer „religionshaften Subjektzentrierung“ bzw. von einer „Theologisierung der inneren Befindlichkeit,“³⁴ die zu einer zirkulär-solipsistischen Existenz führt: „Nachdem die Menschen das Objektive als Orientierungsvorgabe durch die Orientierung auf sich selbst ersetzt haben, lassen sie es durch die Hintertür wieder herein und setzen es ausgerechnet an den Platz, den sie sich als Zentrum ihrer Subjektivität vorstellen.“³⁵ Der Aufbau von Kulissen hat so eine Abwendung von den realen Erlebensorten des Alltäglichen zur Folge.

3.2 Subjektorientierte Jugendpastoral in der Postmoderne?

Der Trend zum Event verweist auf die postmodernen Herausforderungen individueller Lebensgestaltung gleichermaßen wie auf die kirchliche Defizitstruktur im Bereich wirklicher Sinnerfahrungen und konkreter gläubiger Praxis. Die jugendliche Auswahl des Religiösen unter ästhetischen Gesichtspunkten sollte die Jugendpastoral durchaus ernst nehmen, um sich nicht bereits im Vorfeld als inkompatibel zur Lebenswelt der Jugendlichen zu präsentieren. Denn eine rein auf kognitive Verstehensprozesse ausgerichtete Pastoral ginge durchweg an den Kommunikationswegen der Jugendlichen vorbei. Die Glaubensbotschaft von Gottes unbedingter Liebe braucht, um heute für die Menschen relevant sein zu können, die Ebene der Erlebbarkeit. Dem Gehalt des Glaubens ist eine Gestalt zu geben, damit nicht bloß abstrakt über ihn gesprochen wird.

Die Erlebbarkeit des Glaubens kommt aber an ihre Grenzen, wenn die Pastoral allein eine Marktlogik konsumistischer Erlebnisversprechen verfolgt. Dann bedient sie sich unkritisch und unreflektiert einer Eventkultur emotionaler Abhängigkeit, die sich dem Verdacht aussetzt, nur „Sinn-Design“ anzubieten, um dem Bedürfnis nach Sicherheit und Orientierung auf Kosten persönlicher Reflexivität nachzugehen.³⁶ Bei einem solchen

33 Vgl. Helmut Jansen, Wenn Freiheit wirklich wird. Erlebnispädagogische Jugendpastoral in kritischer Sichtung (Jugend in Kirche und Gesellschaft, Bd. 3), Berlin 2007, 55-58.

34 Schulze, Kulissen des Glücks, 88.

35 Schulze, Kulissen des Glücks, 91.

36 Vgl. Karl Gabriel, (Post-)Moderne Religiosität zwischen Säkularisierung, Individualisierung und Deprivatisierung, in: Hans Waldenfels (Hrsg.), Religion. Entstehung – Funktion – Wesen (Grenzfragen, Bd. 28), München 2003, 109-132, hier: 122.

Vorgehen könnte sich die Jugendpastoral zwar ansprechend und attraktiv präsentieren, darüber hinaus auch die ersehnten Feelings bereit stellen; andererseits würde sie aber junge Menschen kaum noch zu einer Selbstbestimmung ermutigen, die ihren Grund in der menschlichen Freiheit selbst trägt und sich in der Ermöglichung fremder Freiheit wessensgemäß realisiert.

Die Jugendpastoral steckt also im Spagat zwischen widersprüchlichen Selbstverwirklichungsmodellen. Am Subjekt orientiert verfolgt sie den Weg einer rationalintersubjektiven Personwerdung und steht doch plötzlich Jugendlichen gegenüber, die ihre (multiple) Identität vor allem emotional-pragmatisch inszenieren. Gesucht ist ein Bindeglied, dass die Notwendigkeit einer auch emotionalen Identität vor dem Hintergrund einer – so meine ich – unhintergehbaren Freiheit denken lässt. Gesucht ist die Möglichkeit einer Selbstrealisierung, die nicht bloß pragmatisch, sondern in der verantworteten Selbstsetzung des Ichs begründet ist und gleichzeitig emotionalen Aspekten Rechnung trägt.

3.3 Selbstbestimmung in der freien Selbstsetzung gegenüber dem Erleben

Meine These ist, dass der Erlebensbegriff eine solche Möglichkeit bietet. Dies gelingt durch eine terminologische Differenzierung der Begriffe „Erlebnis“ und „Erleben“:³⁷ Während das „Erlebnis“ einen abgeschlossenen Zustand der Ergriffenheit beschreibt und durch den Seltenheitscharakter des Außeralltäglichen zusätzlich verstärkt wird, kann mit dem „Erleben“ ein Prozess benannt werden, der nicht steuerbar, sondern in der offenen und wechselwirksamen Interaktion zwischen Ich und Umwelt angesiedelt ist.

Zur Verdeutlichung: Erleben ist das Ermöglichende und noch nicht zu einem Abschluss gebrachte. Als selbsttätige und nicht steuerbare Wechselwirkung objektivierter und objektivierender Bilder ist es mehr als das bloße Resultat von dem, was uns begegnet. Während das Verhalten des Ichs in der Ergriffenheit des Erlebnisses in den Hintergrund tritt, kann sich das Ich gegenüber dem Erleben als ein immer schon Erlebendes feststellen. Es kann sich gegenüber dem eigenen Erleben öffnen oder auch verschließen. Subjekttheoretisch lässt sich Erleben als Gegenstand – ja sogar als Gehalt – der Subjektconstitution denken, angesichts dessen sich das Ich frei als ein gegenüber dem eigenen Erleben offenes und darin in Bezug zu seiner realen Umwelt als Person setzt:³⁸ Im Erleben begegnet sich das Ich selbst zugleich immer auch als ein Fremdes – in den

37 Vgl. Thomas Schott, Kritik der Erlebnispädagogik (Systematische Pädagogik, Bd. 5), Würzburg 2003.

38 Ausführlich dazu vgl. Jansen, Wenn Freiheit wirklich wird, 279-288.

Bedingtheiten von Geschichte und Welt. Es öffnet sich seiner eigenen Fragmentarität und Alterität. Im öffnenden Entschluss für dieses Erleben vermittelt sich das Ich selbst als eines, das entschlossen ist, die eigene Fragmentarität seines Daseins auszuhalten, diese nicht mit Macht – gegebenenfalls über andere – zu kompensieren, sondern umgekehrt sich von den Möglichkeiten anderer betreffen zu lassen.

In ähnlicher Weise hat Henning Luther Identität nicht bloß als Selbstbewusstsein, sondern vielmehr auch als Differenzbewusstsein beschrieben. Selbstbewusstsein denkt Luther nicht als ein positives Wissen um sich selbst oder eine ursprüngliche Selbstvertrautheit. Er nennt es eine „ständige Selbsttranszendierung.“³⁹ Bedingtheiten und Grenzen werden hier zu zentralen Begriffen: Statt Grenzen in touristischer oder konsumistischer Weise zu überschreiten oder sich innerhalb der eigenen Grenzen (als der einzigen Wirklichkeit) behaglich einzurichten, plädiert Luther für ein Grenzverhalten, das für die brüchigen und labilen Stellen sensibel wird: Ein Leben an der Grenze bedeutet, sich den Erfahrungen der eigenen Fragmentarität zu stellen und offen für eine Revision des persönlichen Selbstverständnisses – der eigenen „Normalität“ – zu werden.⁴⁰

Aufgabe von Religion und Pastoral wäre es daher, den Menschen aus der Selbstverschanzung des Ich zu befreien und ihn bei einem „nichtängstlichen Grenzgängertum“ zu unterstützen. So gilt es, „für Erfahrungen zu sensibilisieren, die die Sinnfrage provozieren. Die religiöse Sozialisation müsste zum Hinterfragen unserer eingespielten – biografischen wie sozialen – Lebensmuster befähigen und für das ‚Warum und Wozu‘ aufschließen.“⁴¹ Sie sollte zum Wagnis ermutigen, „als Fragment zu leben und leben zu können.“⁴²

Angesichts der personkonstitutiven Funktion von Erlebensprozessen kann (und sollte vielleicht sogar) eine subjektorientierte Pastoral durchaus *erlebensorientiert*, weniger jedoch *erlebnisorientiert* entworfen werden.⁴³ Glaube und Glaubenspraxis stellen das Wagnis der je neu zu realisierenden Personwerdung dar. Der Glaube selbst ist ein unabgeschlossenes Abenteuer und der Verzicht auf die Sicherheit selbst gesetzter Grenzen und Projektionen.⁴⁴ Er steht kritisch zu den angeeigneten und entwickelten Routinisierungen des Alltags, die das Verschließen gegenüber dem Erleben perfektioniert haben. Weder das Feeling im Thrill ist

39 Vgl. Henning Luther, Religion und Alltag. Bausteine zu einer Praktischen Theologie des Subjekts, Stuttgart 1992, 70.

40 Vgl. Luther, Religion und Alltag, 51.

41 Luther, Religion und Alltag, 59.

42 Luther, Religion und Alltag, 172.

43 Zum Entwurf einer erlebensorientierten Pastoral vgl. Jansen, Wenn Freiheit wirklich wird, 315-328.

44 Vgl. a. Jürgen Werbick, J., Glaubenlernen aus Erfahrung. Grundbegriffe einer Didaktik des Glaubens, München 1989, 13f.

dann notwendig, um sich selbst zu spüren, noch das Feeling im Sinn-Design von „Markenklamotten“, um Identität zu gewinnen. Denn bereits in der Öffnung gegenüber dem eigenen Erleben realisieren sich Menschen ihrem Wesen gemäß als Freiheit, und werden real zu dem, was sie sein können: Person.

3.4 Konturen einer erlebensorientierten Pastoral vor dem Hintergrund fortschreitender Eventisierung

Wenn der Glaube an Gottes unbedingt für die Menschen entschiedene Liebe als ein unabgeschlossenes Abenteuer erlebbar und lebbar werden soll, muss die Pastoral selbst zu einem befreienden Heilshandeln werden. Sie hat deshalb erstens – im Sinne eines darstellenden Handelns – symbolisch-antizipatorisch die Sinnhaftigkeit einer sich gegenüber sich selbst und anderer Freiheit öffnenden Selbstsetzung vor den Möglichkeiten Gottes erlebbar aufzuzeigen, indem sie selbst unbedingt Freiheit zuspricht. Zweitens muss die Pastoral in Zeiten virtueller Inszenierungen ein Angebot realer Erlebniszustände zur Verfügung stellen, an denen sich Erleben verdichtet zeigen und so zum Gehalt der Selbstbestimmung werden kann. Drittens sollte sie junge Menschen darin begleiten und stärken, dass ihr Glaube zur Praxis werden und Gottes Liebe in ihrer Personwerdung Gestalt bekommen kann: Denn „wer sich selbst unbedingt bejaht glaubt, kann einstimmen in das Seinsollen und Bejahtsein des anderen. [...] Weil die Praxis des Glaubens auf Gottes Zusage baut, gewinnt sie Möglichkeiten des Handelns, die den Standpunkt der Moralität oder gar der Legalität überschreiten. Zu ihnen gehört die Fähigkeit, [...] sich ohne Angst um die eigene Identität auf die widerspruchsvolle Wirklichkeit und noch ausweglos scheinende Situation einlassen zu können.“⁴⁵

Eine erlebensorientierte Pastoral muss deshalb vielleicht nicht gänzlich auf Events verzichten. Sie sollte jedoch prüfen, ob sie dabei junge Menschen ermutigt, dem eigenen Erleben unvoreingenommen nachzuspüren, oder ob sie mit Events Zufluchtsorte anbietet, mit dem sich paradox-realer Alltag vergessen lässt. Unter diesem Vorbehalt bleibt also diskussionswürdig, inwieweit Events tatsächlich zu Personwerdung und Glaubenspraxis ermutigen: Geben ihre Rituale Kraft, sich mit den Brüchen und Fragmenten des realen Lebens auseinander zu setzen und sich gegenseitig darin zu bestärken, aus den „selbstverschuldeten Routinisierungen“ des Alltags auszubrechen?

45 T. Pröpfer, Erlösungsglaube und Freiheitsgeschichte. Eine Skizze zur Soteriologie, München 1991, 222f.

Literatur

- Martin Büsch, Event in der Perspektive des Marketing, in: Hans Hobelsberger / Paul Hüster (Hgg.), Event im Trend – Beiträge zu einem verantworteten Umgang mit einer neuen Sozialform der Jugendpastoral, Düsseldorf 2002, 23-56.
- Michael N. Ebertz, Transzendenz im Augenblick. Über die „Eventisierung“ des Religiösen – dargestellt am Beispiel der Katholischen Weltjugendtage, in: Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hgg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000, 345-362.
- Alexander Foitzik, Event – Machtwort des Zeitgeistes, in: Hans Hobelsberger / Paul Hüster (Hgg.), Event im Trend – Beiträge zu einem verantworteten Umgang mit einer neuen Sozialform der Jugendpastoral, Düsseldorf 2002, 8-21.
- Michael Freitag / Christian Scharnberg (Hgg.), Innovation Jugendkirche. Konzepte und Know-how, Hannover 2006.
- Karl Gabriel, (Post-)Moderne Religiosität zwischen Säkularisierung, Individualisierung und Deprivatisierung, in: Hans Waldenfels (Hrsg.), Religion. Entstehung – Funktion – Wesen (Grenzfragen, Bd. 28), München 2003, 109-132.
- Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Franz Liebl (Hgg.), Forschungskonsortium WJT. Megaparty Glaubensfest. Weltjugendtag: Erlebnis – Medien – Organisation (Erlebnisswelten Band 12), Wiesbaden 2007.
- Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hgg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000.
- Winfried Gebhardt, Religion als Abenteuer, in: Stimmen der Zeit, 2008(7), 435-449.
- Klaus Gerhards, Alles über Event!?! Phänomenologie und Bedeutung von Event in der Erlebnis-Kultur, in: Hans Hobelsberger / Paul Hüster (Hgg.), Event im Trend – Beiträge zu einem verantworteten Umgang mit einer neuen Sozialform der Jugendpastoral, Düsseldorf 2002, 57-90.
- Klaus Gerhards, „God is a DJ“. Zur pop- und jugendkulturellen Religionsproduktivität von Events, in: Hans Hobelsberger, Paul Hüster (Hg.), Event im Trend – Beiträge zu einem verantworteten Umgang mit einer neuen Sozialform der Jugendpastoral, Düsseldorf 2002, 75-90.
- Ronald Hitzler, „Ein bisschen Spaß muss sein!“ Zur Konstruktion kultureller Erlebnisswelten, in: Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hgg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000, 410-409.
- Hans Hobelsberger / Paul Hüster (Hgg.), Event im Trend – Beiträge zu einem verantworteten Umgang mit einer neuen Sozialform der Jugendpastoral, Düsseldorf 2002.
- Helmut Jansen, Wenn Freiheit wirklich wird. Erlebnispädagogische Jugendpastoral in kritischer Sichtung (Jugend in Kirche und Gesellschaft, Bd. 3), Berlin 2007.
- Hubert Knoblauch, Das strategische Ritual der kollektiven Einsamkeit. Zur Begrifflichkeit und Theorie des Events, in: Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hgg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000, 33-50.
- Henning Luther, Religion und Alltag. Bausteine zu einer Praktischen Theologie des Subjekts, Stuttgart 1992.
- Horst W. Opaschowski, Kathedralen des 21. Jahrhunderts. Erlebnisswelten im Zeitalter der Eventkultur, Hamburg 2000.
- Ulrich Riegel / Hans-Georg Ziebertz / Boris Kalbheim, Die Gretchenfrage mal anders. Religiöse Stile heutiger Jugendlicher, in: Lebendige Seelsorge, 2004(2), 239-245.
- Klaus Ritter, Im Angesicht Jugendlicher Glauben lernen. Impulse zur Jugendpastoral nach Klaus Hemmerle, Ostfildern 2004.
- Christian Scharnberg; Arbeitsstelle für Jugendseelsorge der Deutschen Bischofskonferenz (Hrsg.), Wirksamkeit des Weltjugendtages aus jugenpastoraler Perspektive. Ein Diskursbeitrag der Arbeitsstelle für Jugendseelsorge (afj), Düsseldorf 2004.
- Thomas Schott, Kritik der Erlebnispädagogik (Systematische Pädagogik, Bd. 5), Würzburg 2003.

- Gerhard Schulze, Kulissen des Glücks. Streifzüge durch die Eventkultur, Frankfurt a. M.-New York 2000.
- Matthias Sellmann, Jugendpastoral in postsäkularer Zeit: Zwischen Kirche, Kult und Küblböck, in: Michael Freitag / Christian Scharnberg (Hgg.), Innovation Jugendkirche. Konzepte und Know-how, Hannover 2006, 43-68.
- Frank Sistenich / Cornelia Zanger, Eventmarketing. Das Marketing-Event als meta-kommunikativer Baustein zur Etablierung von Kundenbeziehungen, in: Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hgg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000, 365-380.
- Jürgen Werbick, „... damit sie das Leben haben und es in Fülle haben“ (Joh 10,10). Fundamentaltheologische Anfragen an das katechetische Handeln der Kirche, in: Franz-Peter Tebartz-van Elst (Hrsg.), Katechese im Umbruch. Positionen und Perspektiven (FS für D. Emeis), Freiburg i. Br. 1998, 152-64.
- Jürgen Werbick, Glaubenlernen aus Erfahrung. Grundbegriffe einer Didaktik des Glaubens, München 1989.
- Herbert Willems, Events: Kultur – Identität – Marketing, in: Winfried Gebhardt / Ronald Hitzler / Michaela Pfadenhauer (Hgg.), Events. Soziologie des Außergewöhnlichen, Opladen 2000, 51-73.