
Urbane Resonanzräume im Zeitalter des Konsums und der Digitalisierung. Städte als Ausdruck und Resonanzraum der menschlichen Identität in postmoderner Gesellschaft

von Klaus Vellguth

„Großstadt – das ist Lärm, Gestank, Gedränge, Straßenverkehr und Untergrundbahn. Das bedeutet Fremdheit, lange Wege, Anonymität, soziale Kälte. Und Schönheit.“¹ Mit diesen Worten beschreibt Jürgen Springer in seinem Artikel „Das Leben der Anderen“ die Realität im urbanen Kontext. Mit seiner Schilderung blickt der Theologe und Journalist auf das Leben in der Stadt und nimmt dabei eine wertschätzende Perspektive ein, die auch Papst Franziskus im ersten Jahr seines Pontifikats eingenommen hat und mit der er für eine positive Betrachtungsweise des urbanen Kontextes wirbt: „Wie schön sind die Städte, die auch in ihrer architektonischen Planung reich sind an Räumen, die verbinden, in Beziehung setzen und die Anerkennung des anderen begünstigen!“² Papst Franziskus knüpft mit dieser Aussage letztlich an die wertschätzende Perspektive an, mit der die Pastoralkonstitution „Gaudium et spes“ auf die Welt schaut. Denn die Welt ist zu Beginn des 21. Jahrhunderts städtisch geprägt. Demnach ist es ein Ausdruck einer positiven Weltsicht, wenn die Stadt als der dominante Sozialraum im Zeitalter der Globalisierung zunächst einmal positiv betrachtet wird.

¹ Jürgen Springer, „Das Leben der Anderen“, in: Christ in der Gegenwart (2019) 3, S. 32.

² Papst Franziskus, Apostolisches Schreiben Evangelii gaudium über die Verkündigung des Evangeliums in der Welt von heute (Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls Nr. 194), hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 2013, Nr. 149; im Folgenden abgekürzt mit EG.

Gegenwärtig leben weltweit 55 Prozent der Bevölkerung in Städten.³ Für das Jahr 2050 prognostizieren die Vereinten Nationen nicht nur einen Anstieg der globalen Bevölkerung auf 9,8 Milliarden Menschen, sondern auch ein Wachstum der urbanen Bevölkerung auf insgesamt 6,6 Milliarden Menschen (und damit 68,4 Prozent der Bevölkerung).⁴ In Europa wird der Anteil der Bevölkerung, der in Städten liegt, sogar 83,7 Prozent betragen. Die Anzahl der Megacitys⁵ wird – weltweit und in Europa – in den nächsten 30 Jahren zunehmen. Allein auf dem europäischen Kontinent werden bis zum Jahr 2050 fünf Megacitys entstanden sein. Auch in Deutschland lässt sich das Phänomen der Urbanisierung beobachten. In Leipzig stieg beispielsweise die Bevölkerung zwischen 2012 und 2018 um 12,9 Prozent, in Frankfurt am Main um 9,5 Prozent und in Berlin um 8 Prozent. Auffällig beim Wachstum der Städte in Deutschland ist, dass es (trotz steigender Mietpiegel) vor allem junge Menschen in die Städte zieht – während zeitgleich ein gegenläufiger Trend bei der Bevölkerung über 40 Jahre zu beobachten ist. Mit Blick auf Menschen in der zweiten Lebenshälfte kann man feststellen, dass mehr Menschen die Großstadt verlassen als in die Großstadt ziehen.

Urbanisierung in Deutschland

Dennoch ist über alle Altersgrenzen hinweg ein deutliches Wachstum der (kreisfreien) Großstädte auch in Deutschland zu beobachten. Dem urbanen Lebensraum kommt also eine wachsende Relevanz

³ Vgl. dazu auch Margit Eckholt/Stefan Silber (Hrsg.), *Glauben in Mega-Citys. Transformationsprozesse in lateinamerikanischen Großstädten und ihre Auswirkungen auf die Pastoral*, Ostfildern 2014.

⁴ Vgl. Euromonitor International, <https://www.euromonitor.com/cities-for-success/report> (07.05.2020).

⁵ Megacitys sind Städte mit mehr als 10 Millionen Einwohnern. Derzeit gibt es weltweit 33 Megacitys. Bis zum Jahr 2050 werden weltweit voraussichtlich 43 Megacitys entstanden sein.

zu. Städte sind bevorzugte soziale Räume, in die es Menschen auf der Suche nach dem Lebensglück zieht und die dabei auf eine großzügige Ressourcenausstattung der Subjekte im urbanen Raum mit „den drei Gs des Glücks“: „Geld“, „Gesundheit“ und „Gemeinschaft“ setzen.⁶ Insbesondere in den Städten werden heute und auch morgen Antworten auf die Herausforderungen von Klimawandel⁷, Mobilität, Identitätsbildung, Vergemeinschaftung, Integration, Gesundheit, Bildung und gesellschaftlichem Zusammenhalt gesucht und gefunden. Allerdings ist die Stadt auch Repräsentantin der modernen Gesellschaft und ihrer spezifischen Probleme. Hartmut Rosa definiert eine Gesellschaft als modern, „wenn sie sich (nur) noch dynamisch zu stabilisieren vermag, wenn sie also systematisch auf Wachstum, Innovationsverdichtung und Beschleunigung angewiesen ist, um ihre Struktur zu erhalten und zu reproduzieren“⁸. Der urbane Kontext stellt dennoch (oder vielleicht auch gerade deshalb) ein Biotop dar, in dem sich die Pastoral der Kirche beheimaten muss⁹, deren Traditionen, Kommunikations- und Organisationsstrukturen zuletzt eher im ruralen Raum verwurzelt waren.¹⁰ Dabei hatte es lange Zeit ganz anders ausgesehen: Ursprünglich war das Christentum (nachdem es

⁶ Vgl. Hartmut Rosa, *Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung*, Berlin 2020, S. 46.

⁷ Vgl. Dirk Messner, „Das Jahrhundert der Städte – Transformation zur Nachhaltigkeit“, in: *Concilium* 55 (2019) 1, S. 5–14.

⁸ Hartmut Rosa, „Gelingendes Leben in der Beschleunigungsgesellschaft. Resonante Weltbeziehung als Schlüssel zur Überwindung der Eskalationsdynamik der Moderne“, in: Tobias Kläden/Michael Schüßler (Hrsg.), *Zu schnell für Gott? Theologische Kontroversen zu Beschleunigung und Resonanz (Quaestiones Disputatae 286)*, Freiburg 2017, S. 18–51.

⁹ Vgl. EG 61–75

¹⁰ Martin Ebner hält dazu fest: „Die Stadt bildet den Referenzrahmen, innerhalb dessen Christen ihre eigenen Identitätsstrukturen auszubilden hatten.“ (Martin Ebner, *Die Stadt als Lebensraum der ersten Christen. Das Urchristentum in seiner Umwelt I, Grundrisse zum Neuen Testament* 1,1, Göttingen 2012, S. 40); vgl. ders., „Christen als Unruhestifter in der Stadt: Experimente und Visionen des Anfangs. Vom Nutzen des Christusglaubens für die Gestaltung von Gesellschaft“, in: *Concilium* 55 (2019) 1, S. 15–22.

als „ländliche Jesusbewegung“¹¹ entstand) eine Stadtreligion, und der Begriff „Dorfbewohner“ (pagani) wurde sogar als Synonym für Ungläubige verwendet.¹²

Umso problematischer ist, wenn heute Pastoraltheologen feststellen, dass die Kirche in Deutschland zu Beginn des dritten Jahrtausends „nicht wirklich in der Stadt angekommen“¹³ ist beziehungsweise sich selbst mit ihrem eigenen Bedürfnis nach Homogenität und Überschaubarkeit aus dem städtischen Kontext exkommuniziert hat.¹⁴ Eine Hinwendung zur Stadt und eine neue Inkulturation des Christentums im städtischen Kontext stellen in Deutschland zentrale pastorale Herausforderungen dar. Dies betonen die deutschen Bischöfe sowohl in ihrem Missionsdokument „Allen Völkern Sein Heil“¹⁵ aus dem Jahr 2004 als auch in ihrem im vergangenen Jahr

¹¹ Michael Sievernich, „Der urbane Raum als Ort des Christlichen“, in: Michael Sievernich/Knut Wenzel (Hrsg.), *Aufbruch in die Urbanität. Theologische Reflexion kirchlichen Handelns in der Stadt* (Quaestiones Disputatae 252), Freiburg i. Br. 2013, S. 166–214.

¹² Max Weber stellte sogar die These auf, dass die christliche Religiosität sich nur im städtischen Kontext entwickeln konnte. Er wies darauf hin, dass „die spezifischen Qualitäten des Christentums als ethischer Erlösungsreligion und persönlicher Frömmigkeit [...] ihren genuinen Nährboden auf dem Boden der Stadt [fanden].“ (Max Weber, *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*, besorgt von Johannes Winckelmann, Tübingen 1980, S. 288.)

¹³ Ottmar John, „Die Stadt als Ort der Warenzirkulation. Über eine vernachlässigte Bedingung des Handelns der Kirche“, in: Michael Sievernich/Knut Wenzel (Hrsg.), *Aufbruch in die Urbanität. Theologische Reflexion kirchlichen Handelns in der Stadt*, a. a. O., S. 251–329, hier: S. 252.

¹⁴ Vgl. Matthias Sellmann, „Der Stadtaffe muss die Stadt im Blut haben‘ (Peter Fox)“, in: *Lebendige Seelsorge* 61 (2010) 4, S. 295–301.

¹⁵ So schreiben auch die deutschen Bischöfe in ihrem Missionsdokument „Allen Völkern Sein Heil“: „Das Missionsrundsreiben Redemptoris missio weist auf neue soziale Räume der Evangelisierung hin (vgl. Nr. 37). Dazu zählen die Großstädte, die vielerorts zu Megalopolen anschwellen und als ‚Laboratorien‘ der Zukunft neue Lebensstile und Kulturformen herausbilden. Da das Christentum als städtische Religion seinen Anfang nahm, stehen die Chancen

2019 publizierten Missionsdokument „Evangelisierung und Globalisierung“¹⁶. Im multireligiösen und polykulturellen Kontext muss die Kirche sich den Herausforderungen einer multioptionalen Gesellschaft stellen, in der weder sie selbst noch eine andere gesellschaftliche Gruppe eine eindeutige Deutungshoheit oder Definitionsmacht für sich reklamieren kann. Dort muss sie kontextsensibel die Herausforderungen der Stadtkulturen wahrnehmen und lernen, die Stadt nicht als ein Objekt ihrer Verkündigung beziehungsweise Pastoral¹⁷, sondern im Sinn von „Lumen gentium“¹⁸ als Ort der verborgenen Gegenwart Christi neu zu entdecken.¹⁹ In diesem Sinn formuliert auch Papst Franziskus: „Wir müssen die Stadt von einer kontempla-

gut, heute angemessene Formen einer urbanen Evangelisierung zu (er)finden. Die Größe der Aufgabe wird niemanden entmutigen, der auf Paulus und andere frühchristliche Missionare blickt, die in den multireligiösen Großstädten der Spätantike wie Karthago und Rom vor ähnlich herausfordernden Aufgaben standen.“ (Die deutschen Bischöfe, Allen Völkern Sein Heil. Die Mission der Weltkirche [Verlautbarungen der deutschen Bischöfe Nr. 76], hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 2004, S. 44.)

¹⁶ So schreiben auch die deutschen Bischöfe in ihrem Missionsdokument „Evangelisierung und Globalisierung“: „Das Christentum war in seinen Anfängen eine Stadtreigion. Gute Voraussetzungen, auch in der modernen Städtewelt Wurzeln zu schlagen! Nicht zuletzt ist die biblische Metapher für die Vollendung der Welt die Stadt. Im letzten Buch der Bibel, der Geheimen Offenbarung, schwebt sie als das Neue Jerusalem vom Himmel herab. Die Vollendung der Welt kommt von Gott, aber alles menschliche Schaffen wird dort aufgehoben sein: ‚die Wohnung Gottes unter den Menschen!‘ (Offb 21,3). Dieses Hoffnungsbild kann als Leitbild der künftigen Pastoral und Mission in den Weltstädten dienen.“ (Die deutschen Bischöfe, Evangelisierung und Globalisierung, hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 2019, S. 65f.)

¹⁷ Vgl. Johannes Paul II., Enzyklika Redemptoris missio über die fortdauernde Gültigkeit des missionarischen Auftrages, 7. Dezember 1991 (Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls 100), hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 1991, Nr. 41–42.

¹⁸ Vgl. LG 26

¹⁹ Vgl. Michael Sievernich, „Der urbane Raum als Ort des Christlichen“, in: Michael Sievernich/Knut Wenzel (Hrsg.), Aufbruch in die Urbanität. Theo-

tiven Sicht her, das heißt mit einem Blick des Glaubens erkennen, der jenen Gott entdeckt, der in ihren Häusern, auf ihren Straßen und auf ihren Plätzen wohnt. [...] Er lebt unter den Bürgern und fördert die Solidarität, die Brüderlichkeit und das Verlangen nach dem Guten, nach Wahrheit und Gerechtigkeit. Diese Gegenwart muss nicht hergestellt, sondern entdeckt, enthüllt werden.“²⁰ Dies ist umso wichtiger, als dass die urbane Lebensform auch prägend für den nichturbanen Kontext ist, der sich immer mehr dem städtischen Leben angleicht. Denn: „Soziologisch betrachtet handelt es sich bei der Stadt-Land-Differenz um einen kulturellen ‚Restbestand‘ der gesellschaftlichen Differenzierungsform in Zentrum und Peripherie aus der Zeit vor der funktionalen Differenzierung der heutigen Gesellschaft.“²¹

Die Stadt als Ort der Weltbeziehung

Die Feststellung, dass heute kaum eine Stadt-Land-Differenz festzustellen ist, basiert auf der Beobachtung, dass insbesondere die Kommunikationstechnologien im Zeitalter der Digitalisierung die Trennung zwischen Zentrum und Peripherie aufgehoben haben, was zumindest teilweise mit einer Amalgamierung der in den verschiedenen Räumen beheimateten Funktionen und verfügbaren Ressourcen einhergeht. Doch sind Ressourcenunterschiede zwischen der Stadt und dem Land wirklich das unterscheidende Merkmal, um die verschiedenen Lebenskontexte von Menschen angemessen zu verstehen?

logische Reflexion kirchlichen Handelns in der Stadt, a. a. O., S. 166–214, hier: S. 214.

²⁰ EG 71

²¹ Martin Wichmann, „Stadterkundung. Zur Pastoral des Urbanen“, in: Michael Sievernich/Knut Wenzel (Hrsg.), *Aufbruch in die Urbanität. Theologische Reflexion kirchlichen Handelns in der Stadt*, a. a. O., S. 66–118, hier: S. 99.

Der Soziologe Hartmut Rosa weist mit Blick auf soziologische Distinktionen darauf hin, dass es gar nicht die den Menschen unterschiedlich zur Verfügung stehenden Ressourcen sind, die wesentliche Differenzen konstruieren, sondern der individuelle „Grad der Verbundenheit mit und der Offenheit gegenüber anderen Menschen“²². Vom Grad dieser Fähigkeit hängt wesentlich ab, ob Menschen sowohl im urbanen als auch im ländlichen Raum überwiegend in gelingenden oder misslingenden Weltverhältnissen und Weltbeziehungen leben. In seiner Resonanztheorie plädiert Rosa zu einer Neujustierung von Weltbeziehungen durch die Radikalisierung der Beziehungsidee: „Sie geht gerade nicht davon aus, dass Subjekte auf eine vorgeformte Welt treffen, sondern postuliert, dass beide Seiten – Subjekt und Welt – in der und durch die wechselseitige Bezogenheit erst geformt, geprägt, ja mehr noch: konstituiert werden. Was und wie ein Subjekt ist, lässt sich erst bestimmen vor dem Hintergrund der Welt, in die es sich gestellt und auf die es sich bezogen findet; Selbstverhältnis und Weltverhältnis lassen sich in diesem Sinn nicht trennen. Subjekte stehen der Welt also nicht gegenüber, sondern sie finden sich immer schon in einer Welt, mit der sie verknüpft und verwoben sind, der gegenüber sie je nach historischem oder kontextuellem Kontext fließende oder auch feste Grenzen haben, die sie fürchten oder lieben, in die sie sich geworfen oder in der sie sich getragen fühlen etc. Von entscheidender Bedeutung ist dabei, dass nicht nur die Welthaltung, -einstellung oder -bezogenheit der Subjekte individuell und kulturell variiert, sondern dass das, was sich als Welt selbst jeweils konstituiert beziehungsweise zu erkennen gibt, ko-variiert.“²³ Die Resonanztheorie ist ein Modell, das die Lebensweisheit des deutschen Sprichwortes „Wie man es in den Wald ruft, so schallt es wieder hinaus“ aufgreift und ausgehend von dieser Erkenntnis eine differenzierte soziologische Theorie des Weltverhältnisses formuliert. Mit seiner Resonanztheorie knüpft Rosa an das Werk von Erich Fromm ebenso an wie an

²² Hartmut Rosa, Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung, a. a. O., S. 53.

²³ Ebenda, S. 58.

Jürgen Habermas und Axel Honneth und greift zahlreiche Impulse von Bernhard Waldenfels auf.

Die Theorie Rosas dürfte gerade auch für den städtischen Raum eine besondere Relevanz besitzen, da offensichtlich ist, dass Städte mit ihrer Verdichtung von Interaktionsmöglichkeiten²⁴ als pulsierende Resonanzräume eine besondere Herausforderung für das Resonanzverhalten ihrer Bevölkerung darstellen. Mit Blick auf die von Rosa beschriebenen gelingenden oder auch misslingenden Weltbeziehungen der städtischen Bevölkerung liegt dabei die Vermutung nahe, dass es im urbanen Raum zu einer zweifachen Selektion der Bevölkerung hinsichtlich des Grades ihrer Offenheit für andere Menschen kommt. Zum einen werden sich überproportional viele Menschen mit einer Offenheit für andere Menschen für ein Leben in der multioptionalen Stadt entscheiden (im Vergleich zu Menschen, die sich durch eine Verslossenheit gegenüber anderen Menschen auszeichnen). Und dann verlangt der vitale (mitunter vielleicht sogar hyperaktive) multioptionale Kontext der Stadt ein hohes Maß an Flexibilität und die Bereitschaft, sich auf immer neue Kontexte einzulassen. In gewisser Hinsicht „provoziert“ der urbane Kontext die Entstehung fluider Identitäten. So kann der städtische Kontext mit dem Bild verglichen werden, das sich dem Betrachter in einem Kaleidoskop zeigt. Es verändert sich permanent und konfrontiert den Betrachter mit seinen bislang unbekanntem Facetten. Doch im Gegensatz zum Betrachter eines Kaleidoskops ist der Stadtbewohner nicht nur Betrachter einer Dynamik, die zu Veränderungen führt, sondern selbst zugleich auch Teil des sich permanent verändernden Bildes. Das Leben in der Stadt ist also in besonderer Weise ein dynamischer Prozess in einem multioptionalen Kontext, der die städtische Bevölkerung dazu „erzieht“, sich sowohl permanent Veränderungen (als Betrachter) auszusetzen als auch sich ständig selbst (als Teil des Bildes) zu verändern

²⁴ Vgl. Rainer Bucher, „Aufgebrochen durch Urbanität. Transformationen der Pastormacht“, in: Michael Sievernich/Knut Wenzel (Hrsg.), *Aufbruch in die Urbanität. Theologische Reflexion kirchlichen Handelns in der Stadt*, a. a. O., S. 66–118, hier: S. 223.

und dabei eine welt- und menschenoffene Haltung einzunehmen, um im multioptionalen Kontext leben und überleben zu können.

Resonanztheorie und relationales Theologieverständnis

Die Resonanztheorie von Hartmut Rosa ist nicht nur anschlussfähig an die Charakterisierung der Städte durch Papst Franziskus, die das in der Megalopole Buenos Aires geborene Oberhaupt der katholischen Kirche ja als Räume beschrieben hat, „die verbinden, in Beziehung setzen und die Anerkennung des anderen begünstigen!“²⁵. Sie korrespondiert darüber hinaus mit einem relationalen Theologieverständnis, das sich von einem reduzierenden Betonen von Kognitionen, Glaubenssätzen oder gar Ideologien dadurch abgrenzt, dass es den Beziehungscharakter des Christentums hervorhebt²⁶. Der jüdische Religionsphilosoph Martin Buber hatte schon im vergangenen Jahrhundert darauf verwiesen, dass die Relationalität in der abendländischen religionswissenschaftlichen Tradition zur *conditio humana* gehört.²⁷ Auf den relationalen Charakter speziell des Christentums haben die beiden letzten Päpste, Benedikt XVI. und Franziskus, in auffällender Einmütigkeit hingewiesen. So schrieb Benedikt XVI. in seiner als programmatisch zu interpretierenden Enzyklika „*Deus Caritas est*“: „Am Anfang des Christseins steht nicht ein ethischer Entschluss oder eine große Idee, sondern die Begegnung mit einem Ereignis, mit einer Person, die unserem Leben einen neuen Horizont und damit seine entscheidende Richtung gibt.“²⁸ Diesen zentralen

²⁵ EG 149

²⁶ Vgl. Klaus Vellguth, „Relationale Missionswissenschaft. Wenn Mission dazwischen kommt“, in: Zeitschrift für Missionswissenschaft und Religionswissenschaft 101 (2017) 1–2, S. 190–195; ders., „Mission ist Begegnung. Plädoyer für eine beziehungsorientierte Missionswissenschaft“, in: Patrick Becker/Jörg Fündling/Guido Meyer/Simone Paganini/Axel Siegemund (Hrsg.), Einführung in die Theologie. Aachener Perspektiven, Aachen 2018, S. 178–183.

²⁷ Martin Buber, *Das dialogische Prinzip*, Gerlingen 1994.

²⁸ Benedikt XVI., Enzyklika *Deus Caritas est* über die christliche Liebe (Ver-

Satz aus der Enzyklika seines Vorgängers greift Papst Franziskus unter anderem in „*Evangelii gaudium*“²⁹ auf und ruft jeden Christen dazu auf „[...] gleich an welchem Ort und in welcher Lage er sich befindet, noch heute seine persönliche Begegnung mit Jesus Christus zu erneuern oder zumindest den Entschluss zu fassen, sich von ihm finden zu lassen, ihn jeden Tag ohne Unterlass zu suchen.“³⁰ Es geht im Christentum also um eine Relation. Im Mittelpunkt steht die Beziehung zu Christus, aus der sich der grundsätzlich relationale Charakter des Christentums ableiten lässt. Letztlich geht es dabei darum, dass Christen lernen, sich neu in ihrer Relationalität zu erleben. Also ganz im Sinn von Martin Buber: „Ein Mensch kann nur dann Selbststand, Artikulationsfähigkeit, Würde, Urteilsfähigkeit und Kreativität entfalten, wenn er sich als Teil eines Netzes von Beziehungen erfährt. Er kann nur dann im Vollsinn Mensch sein, wenn er lieben, hören, antworten, beten kann. Mit anderen Worten: Wenn er gelernt hat, ‚in Relation‘ zu leben, zum Du, zum Anderen, zur Umwelt, zu Gott, in allem in einer ‚dialogischen Existenz‘.“³¹

Resonanz im urbanen Raum

Wenn die Theologie sich ihrer eigenen Relationalität bewusst ist und dabei die Resonanztheorie aufgreift³², realisiert sie damit den ihr von den Konzilsvätern aufgegebenen Auftrag, sich mit den „Zeichen der

lautbarung des Apostolischen Stuhls Nr. 171), hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 2005, Nr. 1.

²⁹ EG 7

³⁰ EG 3

³¹ Martin Buber, zitiert nach Hermann Schalück, „Schweigen als spiritueller und kommunikativer Akt“, in: Michael Biehl/Klaus Vellguth (Hrsg.), *MissionRespekt. Christliches Zeugnis in ökumenischer Weite. Konvergenzen und Divergenzen als Bereicherung des Missionsverständnisses*, Aachen/Hamburg 2016, S. 158–165, hier: S. 157.

³² Vgl. Tobias Kläden/Michael Schüßler (Hrsg.), *Zu schnell für Gott? Theologische Kontroversen zu Beschleunigung und Resonanz*, a. a. O.

Zeit“ auseinanderzusetzen. So schrieben die Konzilsväter an prominenter Stelle der Pastoralkonstitution mit Blick auf die *signa temporum*: „Zur Erfüllung dieses ihres Auftrags obliegt der Kirche allzeit die Pflicht, nach den Zeichen der Zeit zu forschen und sie im Licht des Evangeliums zu deuten. So kann sie dann in einer jeweils einer Generation angemessenen Weise auf die bleibenden Fragen der Menschen nach dem Sinn des gegenwärtigen und des zukünftigen Lebens und nach dem Verhältnis beider zueinander Antwort geben. Es gilt also, die Welt, in der wir leben, ihre Erwartungen, Bestrebungen und ihren oft dramatischen Charakter zu erfassen und zu verstehen.“³³

In diesem Sinn soll im Folgenden über die Resonanz im urbanen Raum reflektiert werden, wobei einerseits das Phänomen des Konsums als performativer und quasireligiöser Akt im Zeitalter der Postmoderne und andererseits das Phänomen der Digitalisierung fokussiert werden. Dabei wird davon ausgegangen, dass beide Phänomene für das Verständnis des Lebens, der Kommunikation und der Vergemeinschaftung im urbanen Kontext prägend sind.

Konsum als Kommunikation im urbanen Kontext

Lebensfähig im urbanen Kontext sind insbesondere die Menschen, die in fluiden Kontexten zu Recht kommen und in der Lage sind, über ein starres Selbstkonzept hinaus fluide Identitäten mit zeitlich und räumlich begrenzten Kontakten, wechselnden Freundschaften und Partnerschaften, offenen Beziehungen, revidierbaren Mitgliedschaften, changierenden Loyalitäten und partiellen Identifikationen zu entwickeln. Eine wesentliche Bedeutung bei der Entwicklung von fluiden Identitäten kommt dabei im Kontext der Postmoderne dem Konsum zu, dem in Abgrenzung zu der in den westlichen Industrieländern (auch in pastoraltheologischen Kreisen) seit den sechziger Jahren des 20. Jahrhunderts geäußerten pauschalierenden (und

³³ GS 4

damit vereinfachenden) Konsumismuskritik³⁴ eine quasireligiöse, identitätsstiftende Funktion zugeschrieben werden kann. Dabei ist Konsum eine Form der postmodernen Identitätsbildung und Kommunikation, da Menschen über die Gestaltung ihres Konsums nicht nur mit Blick auf die von ihnen permanent in einem atemberaubenden Tempo abverlangte Gestaltung ihres eigenen Selbstkonzepts Identitätsmerkmale regelrecht erwerben. Die Werbung lädt Marken inhaltlich so auf, dass die Benutzer der angepriesenen Produkte ihre Identität beziehungsweise ihr „Selbst und Welt in einen Resonanzzusammenhang werden bringen können“³⁵. Sie kommunizieren anderen Menschen im Prozess des Konsums der erworbenen Gegenstände diese Identitätsmerkmale, um so soziales Kapital zu erwerben und somit unter anderem auch das Fundament für eine von ihnen als attraktiv betrachtete Vergemeinschaftung zu bilden. Ökonomen haben diese Form des Konsums, der einen performativen Akt darstellt, auch als Prosuming beschrieben, da das eigentliche identitätsbildende und dem Erwerb von sozialem Kapital dienende (Meta-) Produkt erst im Rahmen des Konsums entsteht, wobei der Konsum zugleich einen kommunikativen Akt darstellt.³⁶ Der Konsum stellt

³⁴ Vgl. Ottmar John, „Die Stadt als Ort der Warenzirkulation. Über eine vernachlässigte Bedingung des Handelns der Kirche“, in: Michael Sievernich/Knut Wenzel (Hrsg.), *Aufbruch in die Urbanität. Theologische Reflexion kirchlichen Handelns in der Stadt*, a. a. O., S. 251–329, hier: S. 296.

³⁵ Hartmut Rosa, „Resonanz statt Entfremdung. Zehn Thesen wider die Steigerungslogik der Moderne“, in: *Konzeptwerk Neue Oekonomie, Zeitwohlstand*, S. 63–73, hier: S. 71.

³⁶ Allerdings ist der resonanzerzeugende Konsum extrem zeitaufwändig, so dass es in vielen Fällen nur noch zu einem Erwerb der Produkte kommt, für den eigentlichen Gebrauch beziehungsweise den eigentlichen Konsum später aber kaum mehr Zeit bleibt. Rosa beobachtet sogar, „dass der reale Konsum der Produkte ausbleibt und durch eine Steigerung der Kaufraten kompensiert wird, durch die der Konsument in ein suchtförmiges Steigerungsverhalten gerät, an dessen Ende notwendig die Entfremdung von den Konsumangeboten steht“ (Hartmut Rosa, *Resonanz statt Entfremdung. Zehn Thesen wider die Steigerungslogik der Moderne*, a. a. O., S. 71).

(nicht nur) im urbanen Kontext ein performatives Geschehen dar, das dazu beiträgt, einige der wesentlichen kulturellen Charakteristika wie beispielsweise sozialen Status, Geschlecht, Alter und spezifische kulturelle Werte wie Familie, ökologisches Bewusstsein, Tradition oder Authentizität für sich in Anspruch zu nehmen beziehungsweise zu kommunizieren, wobei die Recodierung der Artefakte wiederum von der individuellen Positionierung des Subjektes in einer spezifischen Referenzgruppe der fragmentarisierten Gesellschaft abhängt. An ein solches performatives Konsumverständnis im Zeitalter der Postmoderne ist die These von Hartmut Rosa anschlussfähig, dass dem „warenförmigen Konsum von Produkten und Dienstleistungen für moderne und spätmoderne Subjekte ein überwältigendes Resonanzversprechen“³⁷ zukommt. Dabei ist mit Blick auf den Konsum im urbanen Kontext charakteristisch (und eine dramatische Zumutung für die Individuen), dass der Konsument im multioptionalen urbanen Kontext auf eine Vielzahl unterschiedlicher Referenzgruppen trifft, denen die Identität gegebenenfalls sogar mit unterschiedlichen Symbolen des Konsums kommuniziert werden muss.

Diese zunächst einmal positive – und vielleicht sogar quasireligiöse – Perspektive auf den Konsum und die im Rahmen des Konsums kommunizierten Marken ist wesentlich für das Verständnis des urbanen Lebens und die Reflexion über das pastorale oder missionarische Engagement im urbanen Kontext. Denn während eine einseitige und oberflächliche Konsumkritik nur die materielle Seite des Konsums betrachtet³⁸, muss die kommunikative Funktion des

³⁷ Hartmut Rosa, Resonanz statt Entfremdung. Zehn Thesen wider die Steigerungslogik der Moderne, a. a. O., S. 71.

³⁸ Damit ist natürlich nicht gemeint, dass die Weltgesellschaft nicht angesichts der ökologischen Grenzen des Wachstums und der Klimakrise vor der drängenden Herausforderung steht, die eigenen Konsumgewohnheiten kritisch zu reflektieren und Möglichkeiten und Grenzen eines verantwortungsvollen Konsums neu zu denken. Doch um zu zukunftsfähigen Konzeptionen mit Blick auf den Konsum zu gelangen, muss die Funktion des Konsums, die zumindest in den Ländern Nordamerikas und Europas über die Dimension einer rein materiellen Bedürfnisbefriedigung hinausgeht, berücksichtigt werden.

Konsums mit Blick auf die Prozesse der Identitätsbildung und Vergemeinschaftung als die wesentliche Funktion für breite Teile der Bevölkerung im urbanen Kontext berücksichtigt werden. Solch eine wertschätzende Perspektive hat dann auch ganz konkrete Konsequenzen für das pastorale Engagement der Kirche. Sie wird beispielsweise ihr Engagement im Bereich der Citypastoral weniger als ein „Kontrastprogramm“ zu einem als unnötig und laut empfundenen „Konsumterror“ der Großstadt verstehen, sondern die verschiedenen Angebote des Konsums zunächst einmal als formal gleichberechtigte Angebote neben das kirchliche (aus der eigenen Perspektive betrachtet inhaltlich durchaus einmalige) Sinnangebot in einem multioptionalen Kontext verstehen, in dem sich Menschen insbesondere auch im urbanen Kontext scheinbar „ganz verrückt nach Sinn“ bewegen. Damit greift die Kirche die wertschätzende Perspektive von „Nosta aetate“ auf, wo die Konzilsväter – ausgehend von der Feststellung, dass Menschen sich in unterschiedlichen religiösen Kontexten aufgrund ihrer anthropologischen Verfassung die Frage nach dem Sinn des Lebens stellen – feststellen, dass Menschen Antworten als „Spuren der Wahrheit“ in den verschiedenen Religionen der Welt suchen und finden und dass Gott sich tatsächlich in den verschiedenen Kulturen offenbart.³⁹ Auch knüpft sie damit an die Perspektive von „Evangelii nuntiandi“ an. Paul VI. hatte in seinem Schreiben zu einem wertschätzenden Blick auf die verschiedenen Kulturen menschlichen Zusammenlebens eingeladen und betont, dass das Evangelium mit keiner Kultur gleichgestellt werden kann, sondern dass die Gegenwart Gottes in allen Kulturen zu suchen ist.

³⁹ Papst Paul VI, *Nostra aetate* über das Verhältnis der Kirche zu den nicht-christlichen Religionen, 28. Oktober 1965 (Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls Nr. 152), hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn, Nr. 2.

Digitalität im urbanen Kontext

Das Leben in der Stadt und die Kommunikation sind in Deutschland im 21. Jahrhundert außer von einer quasireligiösen Konsumorientierung von einer Kultur der Digitalität geprägt. Diese zeichnet sich durch eine (durch Formen der Kommunikation, Publikation und Vernetzung mögliche) exponentiell ins Unüberschaubare wachsende Wissensproduktion aus. Darüber hinaus verschwinden geografische Gegensätze wie Zentrum und Peripherie, politische Dichotomien wie Macht und Ohnmacht und kommunikative Kontraste wie Sender und Empfänger.⁴⁰

Der Schweizer Medienwissenschaftler Felix Stalder hat sich mit der Kultur der Digitalität auseinandergesetzt und zeigt auf, dass diese sich durch Referenzialität, Gemeinschaftlichkeit und Algorithmizität auszeichnet. Referenzialität bezeichnet das Phänomen, dass im Zeitalter der Digitalität Beziehungen und Bezüglichkeiten individuell und automatisch hergestellt werden können und dass eine wesentliche Leistung in der Herstellung von Bezügen im unendlichen Informations- und Wissenskosmos besteht. Gemeinschaftlichkeit bezeichnet das Phänomen, dass die Dichotomie zwischen Lehrenden und Lernenden sich zugunsten einer als „Community of Practice“ bezeichneten Lerngemeinschaft verschiebt, in der ein Austausch zwischen Novizen und Experten dazu führt, den Rahmen der geteilten Bedeutung aufrechtzuerhalten, neue Beziehungen aufzubauen und eigene Interpretations- und Handlungsrahmen an sich verändernde Kontexte anzupassen. Und schließlich bezeichnet das Phänomen der Algorithmizität die Möglichkeit, in einem aus einer endlichen Zahl

⁴⁰ Diese Entwicklung kann ganz im Sinn einer Option für die Armen verstanden werden. „Durch die Kultur der Digitalität werden marginalisierte Perspektiven erfasst, gemeinschaftlich geformt und wirken auf Machtstrukturen zurück. Konzepte der Heteronormativität erodieren und postkoloniale Perspektiven werden sichtbar. Um solche Dynamiken wird online heftig gestritten.“ (Viera Pirker, „Digitalität als ‚Zeichen der Zeit‘?“ in: Theologisch-Praktische Quartalsschrift 168 (2020) 2, S. 147–155, hier: S. 149.)

von Schritten bestehenden Prozess einen Input in einen angestrebten handlungsorientierten Output zu überführen. Viera Pirker weist darauf hin, dass die Theologie herausgefordert ist, im Zeitalter der Digitalität einerseits die digitalen Technologien zu nutzen, um Theologie als akademisches Fach zu kommunizieren, andererseits die Chancen zu erkennen, die im Bereich der theologischen Forschung durch Digitalität und digitale Kulturen entstehen, darüber hinaus bidirektional die Einflüsse der Digitalität auf Rituale, Identitäten, Gemeinschaftsbildung, Autorität, Authentizität und Religion zu verändern und schließlich den Einfluss der Digitalität auf die Gesellschaft ethisch zu bewerten. Mit Blick auf die adaptive Dimension der Digitalität, die sich in der kirchlichen Praxis zeigt, verweist sie auf die Relevanz des individuellen Handelns von Christinnen und Christen: „Sie sind digital so sichtbar und präsent wie alle anderen auch. Auch Hochreligiöse nutzen digital geprägte Beziehungen, Kommunikationsstrukturen, Alltagspraktiken. Online und Offline fordert Religiosität vom Einzelnen heute mehr Entschiedenheit und Sichtbarkeit.“⁴¹

Mit Blick auf die Herausforderungen im Zeitalter der Digitalisierung stellt sich die Frage, welche Konsequenzen sich für die Kommunikation der Kirche im postmodernen urbanen Kontext ergeben. Auf die Frage nach einer angemessenen missionarischen Kommunikation drängt sich aus theologischer Perspektive natürlich der Blick auf die Praxis des Apostels Paulus als „einem der einflussreichsten Influencer“⁴² in der Kirchengeschichte auf – auch wenn sich eine missionarische Kommunikation heute in ganz anderen Kontexten und Medien realisiert, die von den sozialen Netzwerken wie Instagram, TikTok, Pinterest, Facebook, Twitter und Youtube über Messengerdienste wie WhatsApp, Telegram oder Threema bis hin zu den unterschiedlichen Blogs wie feinschwarz.net, y-nachten.de, dei-verbum.de, theosalon.de,

⁴¹ Viera Pirker, Digitalität als „Zeichen der Zeit“, a. a. O., S. 153.

⁴² Werner Kleine, „Kirche und Kommunikation. Was die Kirche im digitalen Zeitalter von ihren analogen Anfängen lernen kann“, in: Pastoralblatt 71 (2019) 12, S. 369–375, hier: S. 371.

lectiobrevoir.de etc. reichen. Doch auch wenn die Kommunikation sich im Zeitalter der Digitalisierung verändert hat, haben einige normative Vorgaben gerade mit Blick auf die zu überliefernde Botschaft dennoch auch im Zeitalter der Postmoderne Bestand. „Vor allem habe ich euch überliefert, was auch ich empfangen habe“, betont der Völkerapostel im ersten Korintherbrief (1 Kor 15,3) und verweist darauf, dass man als Verkündiger nicht nur ein kommunikatives beziehungsweise mediales Werkzeug, sondern stets auch zuvor selbst Empfangender – und damit zugleich Zeuge – ist. Friedrich Schleiermacher sprach in diesem Kontext vom „Zeugnis von der eigenen Erfahrung, welches die Lust in Anderen erregen sollte, dieselbe Erfahrung auch zu machen.“⁴³ Oft zitiert ist in diesem Kontext aus „Evangelii nuntiandi“ der Satz: „Der heutige Mensch [...] hört lieber auf Zeugen als auf Gelehrte, und wenn er auf Gelehrte hört, dann deshalb, weil sie Zeugen sind.“⁴⁴ Es geht also auch zweitausend Jahre nach Paulus weiterhin darum, als Christ Zeugnis abzugeben und dadurch andere Menschen neugierig zu machen, um dann bereit zu sein, „jedem Rede und Antwort zu stehen, der von euch Rechenschaft fordert über die Hoffnung, die euch erfüllt“ (1 Petr 3,15). Damit ist auf einen wesentlichen Aspekt zur missionarischen Kommunikation auch im urbanen Kontext hingewiesen: Im Zentrum der Kommunikation steht nicht die Kirche. „Ein Großteil der gegenwärtigen Heiserkeit der Kirche rührt genau daher, dass sie sich zu sehr selbst als Marke versteht, die es zu verkünden gelte.“⁴⁵ Die Kirche muss der permanenten Ver-

⁴³ Friedrich Schleiermacher, „Der christliche Glaube nach den Grundsätzen der evangelischen Kirche“, in: Friedrich Schleiermachers sämtliche Werke, Berlin 1985, S. 89.

⁴⁴ Paul VI., Apostolisches Schreiben Evangelii nuntiandi über die Evangelisierung in der Welt von heute, 8. Dezember 1975 (Verlautbarungen des Apostolischen Stuhls Nr. 42), hrsg. vom Sekretariat der Deutschen Bischofskonferenz, Bonn 2012, Nr. 42; vgl. Ludger Feldkämper, „The Bible and our Missionary Work. The importance of the Bible for our Missionary Task“, in: Word & Worship 21 (1988) 7, S. 243–250, hier: S. 249.

⁴⁵ Werner Kleine, Kirche und Kommunikation. Was die Kirche im digitalen Zeitalter von ihren analogen Anfängen lernen kann, a. a. O., S. 373.

suchung widerstehen, sich selbst als Botschaft zu kommunizieren, und darf sich „nur“ als Akteur beziehungsweise Medium der Kommunikation verstehen. Die eigentliche Botschaft ist das Evangelium Christi, auf das die Kirche in ihrer Kommunikation stets verweisen muss. Dies gilt sowohl für die digitale als auch für die analoge Kommunikation der Kirche im urbanen Kontext – wobei der in kirchlichen beziehungsweise pastoralen Kreisen formulierte Verweis einerseits auf eine analoge und andererseits auf eine digitale Kommunikation nicht nur eine berechtigte Differenzierung vornimmt, sondern zugleich auf eine mehrheitlich von „Digital Immigrants“ formulierte Perspektive verweist. Für Vertreter einer Generation, die ohne digitale Medien aufgewachsen sind, besitzt die Differenzierung zwischen analogen und digitalen Medien, zwischen einer scheinbar „realen“ und einer scheinbar „virtuellen“ Welt, zwischen einem tatsächlichen Alltag mit seinen persönlichen Begegnungen und einer Online-Welt eine andere Relevanz als für jüngere Generationen, die als „Digital Nativs“ mit den digitalen Medien aufgewachsen sind. Sie sind demografisch betrachtet überproportional im urbanen Kontext vertreten und nehmen die analogen und digitalen Medien und Lebensräume nicht als „Parallelwelten“ oder Gegensätze wahr, sondern integrieren sie in eine holistische Weltansicht, wobei sie die von Digital Immigrants (oder „Digital Naives“) oft noch als Gegensätze empfundenen Realitäten als Facetten der einen Lebensrealität erleben. Doch auch Digital Immigrants haben speziell im Jahr 2020 völlig überraschend die Erfahrung machen können, dass Begegnungen offline und online keine sich gegenseitig ausschließenden Gegensätze bilden, sondern sich komplementär in ein Beziehungssystem integrieren lassen. Anlass für diese Erfahrung war die Corona-Pandemie, die in Deutschland einen zuvor nicht für möglich gehaltenen Digitalisierungsschub auslöste, als die Corona-Pandemie wie aus dem Nichts auftauchte und das Leben der Menschen auch in Deutschland mit einer zuvor nicht für möglich gehaltenen Heftigkeit von einem Tag auf den anderen veränderte. Grundrechte wurden eingeschränkt, alltägliche Verhaltensweisen modifiziert und kulturelle Praktiken ausgesetzt. Und das mit erheblichen Konsequenzen. Das sonst in Deutschland allzu oft vergötterte Wirtschaftswachstum wurde

relativiert und dem Schutz des Lebens untergeordnet, als das öffentliche Leben massiv eingeschränkt werden musste. Doch auch wenn erste Einschränkungen inzwischen (oder nur vorübergehend?) behutsam gelockert werden konnten, hat sich das religiöse Leben in Deutschland in Zeiten von Corona fundamental verändert. Gottesdienste werden gestreamt, Gemeindegruppen treffen sich per Videokonferenz, kirchliche Angebote werden online präsentiert.⁴⁶ Welche Konsequenzen beziehungsweise neue Perspektiven sich aus diesem Digitalisierungsschub ergeben, ist derzeit noch ungewiss.

Ein vorsichtiges Fazit: Kommunikation und Gemeinschaftsbildung im urbanen Kontext

Die Digitalisierungsdynamik hat zu Beginn der Corona-Pandemie natürlich nicht nur die Kirchen, sondern die gesamte Gesellschaft in Deutschland erfasst. Sie ging einher mit einer Politik der sozialen Distanz (Social Distancing), die auf eine Vermeidung persönlicher menschlicher Begegnungen ausgerichtet ist. Soziale Distanz wurde dabei von den meisten Menschen als eine gesellschaftliche, wirtschaftliche und auch persönliche Herausforderung erlebt. Dies zeigte sich gerade auch in den Städten, in denen Menschen gegen die notwendigen Maßnahmen der sozialen Distanzierung protestierten. Das ist nicht verwunderlich: Auch wenn Städte zunächst einmal als Sozialräume mit einem hohen Individualisierungsgrad betrachtet werden, leben in ihnen Menschen, die Resonanzbeziehungen wünschen und Resonanzräume suchen, in denen sie gelingende Weltbeziehun-

⁴⁶ Vgl. Christiane Bundschuh-Schramm, „Wie die Theorie laufen lernt. Pastorale Entwicklung in Zeiten von Corona“, in: *Anzeiger für die Seelsorge* 129 (2020) 6, S. 5–9; Markus Krell, „Seelsorge unter Strom ...!? Ein Erfahrungsbericht aus Krisenzeiten“, in: *Anzeiger für die Seelsorge* 129 (2020) 6, S. 11–13; Florian Sobetzko, „Pandemische Pastoralentwicklung. Offene Innovation als Form der Krisenbewältigung“, in: *Anzeiger für die Seelsorge* 129 (2020) 6, S. 14–19.

gen gestalten können. Um diesem Bedürfnis nachzukommen, nehmen sie Beziehungen auf und gestalten diese im Rahmen differenzierter Prozesse der Gemeinschaftsbildung. Der multioptionale urbane Kontext bietet dabei scheinbar unbegrenzte Möglichkeiten, sich insbesondere auch in nichtexklusive, nichtverbindliche und nichtpermanente Beziehungen zu begeben, um die dort möglichen Resonanzbeziehungen auszuprobieren, zu erleben, zu genießen und eventuell auch wieder zu beenden. Die jeweilige Gemeinschaftsbildung ist dabei Ausdruck differenzierter Kommunikationsprozesse und führt Menschen aufgrund gemeinsamer Herkunft, Identität, Werte, Bildung, Disposition, beruflicher Ausrichtung, wirtschaftlicher Herausforderungen, persönlicher Interessen etc. zusammen. Die Prozesse der Vergemeinschaftung realisieren sich sowohl über analoge als auch über digitale Kommunikationsprozesse, wobei dem Konsum als kommunikativem Akt (nicht nur im urbanen Kontext) eine wachsende Relevanz auch für den Prozess der Gemeinschaftsbildung zukommt. Es ist hilfreich, wenn die Kirche im Zeitalter der Postmoderne die im urbanen Kontext gesuchte menschliche Sehnsucht nach Resonanz ebenso als quasireligiös wahrnimmt wie auch den Konsum als einen identitätsstiftenden Akt. Dabei steigert sich für die städtische Bevölkerung die Attraktivität der Kirche als Gemeinschaft, wenn sie die symbolische Kommunikation des Konsums im urbanen Kontext entschlüsselt und dabei positiv würdigt und ihre eigene Botschaft als ergänzendes attraktives Angebot im multioptionalen urbanen Kontext präsentiert. Eine zentrale Bedeutung besitzt dabei neben der analogen die digitale Kommunikation. Wenn es um die Rolle der Kirche im Rahmen dieser Kommunikation geht, so darf sie sich selbst nicht als zu kommunizierende Botschaft ins Zentrum des Kommunikationsgeschehens rücken, sondern muss sich als Kommunikationsmedium sowie als spezifische Form der Vergemeinschaftung verstehen, die sich im besten Fall durch die Präsentation (oder Verkündigung) der Botschaft realisiert.⁴⁷

⁴⁷ Vgl. Thomas O'Guinn/Albert M. Muñoz Jr., „Zur Soziologie von Markengemeinschaften“, in: Jahrbuch Markentechnik 2004/2005, S. 307–327, hier:

Christliche Religiosität im urbanen Kontext zeichnet sich in einer solchen Tradition dadurch aus, dass Menschen sich für andere Kulturen beziehungsweise den multioptionalen Kontext der Stadt öffnen, sich auf den Kontext und in dem Kontext auf ihre eigenen religiösen Sehnsüchte einlassen und dabei eine Resonanzwilligkeit beziehungsweise Resonanzfähigkeit entwickeln, in der es zu Gottesehrungen nicht nur in einem spezifisch kirchlichen Kontext, sondern weit darüber hinaus kommen kann. Und so wird es im besten Fall zu Gottesehrungen in unvermuteten Situationen, an unvermuteten Orten und zu unvermuteten Zeiten im urbanen Kontext kommen. Es ist eine Stärke der christlichen Religion, dass sie sich für all diese Situationen öffnet, in ihnen religiöse Erfahrungen zulässt und diese als Gottesehrung wahrnimmt und deutet. Damit wendet sie sich gegen jedes Klein-Denken Gottes und jede dogmatische Domestizierung des Gottesbegriffs, denn: „Niemand hat Gott je gesehen“ (1 Joh 4,12). Wenn in jüdisch-christlicher Tradition die Sünde einen Zustand der Beziehungslosigkeit beschreibt und aus der Sicht einer resonanztheoretischen Deutung „Sünde damit als Zustand der Resonanzlosigkeit oder vielmehr der Resonanzunwilligkeit zu verstehen ist, in dem ein Subjekt keine Stimme außer der eigenen zu hören bereit, willens und fähig ist“⁴⁸, dann stellt diese Resonanzwilligkeit beziehungsweise Resonanzfähigkeit von Christinnen und Christen im

S. 308. Zur vergesellschaftenden Funktion des Konsums in der postmodernen Gesellschaft schreiben Thomas O’Guinn und Albert Muñoz, dass im Rahmen des Konsums Produkte oder Marken ubiquitäre Symbole der Entwicklung einer durch persönliche Nah-Beziehungen geprägten Gesellschaft hin zu einer scheinbar individualisierten, anonymisierten Konsumgesellschaft geworden sind. Durch ihre symbolischen Konnotationen sind Marken als Bedeutungsträger im Rahmen des kommunikativen Aktes des Konsums in der Lage, spezifischen Herausforderungen der Postmoderne wie gesellschaftlicher Fragmentisierung, Isolation, Sinnverlust oder Individualitätsverlust entgegenzutreten und diese zu kompensieren. Darüber hinaus sind sie Symbole kommunikativer Botschaften, die für die Prozesse der Identitätsbildung (bzw. der Bildung multipler Identitäten) und Gemeinschaftsbildung wesentlich sind.

⁴⁸ Hartmut Rosa, Resonanz. Eine Soziologie der Weltbeziehung, a. a. O., S. 447.

urbanen Kontext letztlich das Gegenteil der Sünde dar. Resonanzfähigkeit meint, dass Menschen ihre Beziehungsfähigkeit entwickeln, dass sie ein gelingendes Weltverhältnis realisieren – was etwas „traditioneller“ beziehungsweise „pathetischer“ in der oben zitierten Stelle im ersten Johannesbrief formuliert wird: Wenn Menschen einander lieben, bleibt Gott in ihnen und seine Liebe ist in ihnen vollkommen. Wenn das Christentum diese Resonanzfähigkeit gerade auch im urbanen Kontext realisiert, gelingt es ihm, seinen eigenen Anspruch als eine beziehungsorientierte und gottoffene Religion im städtischen Kontext zu realisieren. Denn: „Religion wird in dieser Perspektive tatsächlich zur Beziehung (lateinisch: religare, rückbinden), und zwar zu einer spezifischen Form der Beziehung, welche in den Kategorien der Liebe und des Sinns die Gewähr dafür zu geben verspricht, dass die Ur- und Grundform des Daseins eine Resonanz- und keine Entfremdungsbeziehung ist.“⁴⁹

⁴⁹ Ebenda, S. 435.