



Sakrale Räume heute

Beitrag zur Diskussion „Kathedralen der Moderne: Sakrale Räume heute“
im Rahmen der Langen Nacht der Kirchen 2017

9. Juni 2017, Mariendom, Linz

„Das Vollziehen sakraler Riten und das Errichten oder Bezeichnen heiliger Plätze gehörte zu den ersten Beschäftigungen des Menschen. Gleich ob augenfällig oder getarnt, helfen sie, das Leben einzurichten. Manche heutige Zivilisation hat ihre Fähigkeit für Todesriten verloren. Das ist ein Zeichen des Verlusts der Fähigkeit, zu leben.“ „Architektur ist kultisch, sie ist Mal, Symbol, Zeichen, Expression. Architektur ist die Kontrolle der Körperwärme – schützende Behausung. Architektur ist Bestimmung – Festlegung – des Raumes, Umwelt. Architektur ist Konditionierung eines psychologischen Zustandes.“ (Hans Hollein)

In der Vergangenheit haben Kirchengebäude das Zentrum des Lebens ausgemacht: Sie waren nicht nur da für die privat-religiösen Bedürfnisse der Menschen, sondern kamen ebenso den gesellschaftlichen Interessen entgegen. Das ganze Leben kreiste um den Kirchenraum. Es fing an mit der Taufe und endete mit dem Beerdigungsgottesdienst. In der Zwischenzeit, von der Wiege bis zur Bahre, gab es die tägliche, wöchentliche und jährliche religiöse Rhythmisierung des Lebens. Der klassische Gottesdienstbesuch am Sonntag, dem der Besuch (der Männer) einem meist nahe gelegenen Gasthaus folgte, strukturierte das wöchentliche Leben der Glaubensgemeinschaft und verband das weltliche und geistliche Leben organisch miteinander.

Kirchen und ihre Türme verkörpern eine ethische, soziale, spirituelle und zugleich eine ästhetische Instanz. Gerade in unserer Zeit, in der eine gewisse Orientierungslosigkeit nicht zu verstecken ist, zweifelt kaum an der Existenzberechtigung eines Glockenturmes, wenngleich manche sich gegen die akustische Vorgabe eines Tagesablaufs sträuben. Kirchen vermitteln durch ihre bauliche Präsenz, schweigend, ein stilles Wissen aus Erfahrungen und Zukunftshoffnungen. Sie faszinieren Jung und Alt, die Geblienen und die Besucher, die Romantiker und die Modernen, die Gläubigen und die Nichtgläubigen. Kirchen stehen für Schutz, aber auch für den Anspruch auf Macht. Der Turm steht für Schutz und Geborgenheit, schafft Distanz und gewährt zugleich Übersicht. Und Kirchen haben als Typ etwas Universelles.¹

Heute hat sich die Lage auf Grund gesellschaftlicher Phänomene – der Säkularisierung und Individualisierung – drastisch geändert. Kirchenraum und Glaube bilden für die meisten Menschen nicht mehr die Mitte des Lebens, für viele andere spielt Religion überhaupt keine Rolle mehr. Der tägliche und wöchentliche Rhythmus wird nicht mehr von der Religion bestimmt. Zwar erfreut sich die kirchliche Feier des Lebenszyklus, insbesondere bei den „*rites de passages*“ (Übergangsriten Geburt, Hochzeit, Sterben) immer noch einiger Beliebtheit, doch hat auch hier die Kirche ihr Monopol verloren.

Die Kirchengebäude haben sich oft von den übergeordneten kulturellen und spirituellen Aspekten, in denen Funktion und Form in einer Dialektik standen, emanzipiert. Die ästhetischen und die damit oftmals verbundenen ökonomischen (touristischen) Aspekte überwiegen. Oder Kirchenbauten stehen funktional für die Versammlung der Gemeinde, ohne dass Form, Materialien und Architektur etwas von Transzendenz vermitteln würden.

¹ Vgl. Gion A. Caminada, Nähe gewinnen zu den Dingen, aus: Werk, Bauen und Wohnen 1/2, 2014.

Die Werbung arbeitet weitgehend mit Heilssymbolen (Erlösung, Glück, Leben ...), die sich an tiefste Schichten der menschlichen Person wenden, und assoziieren diese kurzschlüssig mit Konsumgütern. Sie weckt auf diese Weise Sehnsucht nach umfassendem Glück, führt aber langfristig zur Frustration, weil kein Weg zu wirklicher Erfüllung dieser ausgerissenen Dimension gewiesen wird. Wie geht der Mensch mit diesen geweckten Sehnsüchten um? Was bewirken sie in seinem Unbewussten?

Nicht nur die Werbung in den Medien, die Medien selbst arbeiten mit religiösen Symbolen. Während Religion und Spiritualität selbst eher ironisierend und zynisch dargestellt werden, auf den Unterhaltungswert reduziert werden oder ausschließlich von der Perspektive der Politik oder der Moral gesehen werden, beschreibt sich die Medienszene teilweise in theologischen Kategorien wie der Schöpfung, der Erlösung oder auch der Kirche.

Man merkt in einer Stadt und in einer Region, wem die Dome der Wellness, die Tempel des Sports, des Geldes und der Gourmets, die Kathedralen des Nahverkehrs, die Gotteshäuser des Konsums, die Kultorte der Kunst und der Kultur geweiht sind. In der Architektur einer Stadt wird auch sichtbar, wer die Hohenpriester sind, durch welche Wirklichkeits-, Wahrheitsverständnis vermittelt wird, wer bestimmt, was wichtig ist, wer festlegt, wie Beziehungen zu sein haben. Manches im Internet wird wie eine Kathedrale inszeniert. Weihnachtssopping und Christmette ist in den Medien in einem Aufwaschen zu machen. Hat nicht jedes Unternehmen und jedes Medium seine eigene Community? Wollen sie Identitäten, Zugehörigkeiten schaffen ohne wirkliche Kommunikation und konkrete Verantwortung?

+ Dr. Manfred Scheuer
Bischof von Linz