

10. September 2005, Neue Zürcher Zeitung

Päpste, Pop und Politik

Über die Allgegenwart von Charisma und die Ungewissheit, ob es echt ist

Charisma wird herausragenden Gestalten des religiösen und auch des politischen Lebens zugeschrieben. Aber lässt deren aussergewöhnliche Ausstrahlung sich von der Massenwirksamkeit der Popstars noch unterscheiden? Ist es nicht längst zu einer Inflationierung des Charismas gekommen? - Sondierungen aus gegebenen Anlässen.

Wie ein Popstar werde der Dalai Lama empfangen - so konnte man lesen und hören, als das geistig-politische Oberhaupt der Tibeter Ende Juli Deutschland und Anfang August der Schweiz die Aufwartung machte. Als Benedikt XVI. vor kurzem den Weltjugendtag in Köln aus dem Häuschen brachte, hiess es desgleichen und noch öfter: Der Papst werde wie ein Popstar gefeiert. - Gibt es, wenn sie einmal die Bühne betreten haben, zwischen höchsten religiösen Würdenträgern und den Grössen des Showgeschäfts keinen nennenswerten Unterschied mehr? Ein auf Popmusik spezialisierter Beobachter der «Frankfurter Allgemeinen Zeitung» kam zu dem hoffnungsvollen Schluss, dass der Weltjugendtag doch «mehr als ein Ereignis der alles entgrenzenden Popkultur» gewesen sei - und zwar deswegen, weil der Papst einen in gewissem, nämlich ästhetischem Sinne «protestantischen» Stil an den Tag gelegt habe: Ratzinger sei im Kontakt mit den Massen bei sich geblieben, er habe eine schüchterne Zurückhaltung geübt und seine und die Würde des Amtes gewahrt. (Ähnliches liesse sich über den freundlichen, aber unantastbaren Dalai Lama sagen.)

Überblendungen

Diese Einschätzung hat manches für sich. Doch das Faktum der Massenwirksamkeit, mit dem der neue Papst ja seinerseits eher konfrontiert wurde, als dass er es aus eigener Machtvollkommenheit erzeugt hätte, ist damit noch nicht aufgeklärt. Es wird sich wohl auch kaum restlos aufklären lassen. Man darf mit Blick auf dieses Phänomen von Überblendungen sprechen: Pop- und Trivialkultur, zu der auch Volksfrömmigkeit und frei schwebende Spiritualität gehören mögen, mischen sich mit der religiösen Strahlkraft des kirchlichen Exponenten ununterscheidbar zu einem Bild - oder zu verschiedensten Bildern. Die Leinwand, auf die das Publikum nach Kräften projiziert, zeigt «B 16» in vielerlei Gestalt, bisweilen in unerwarteter. So garnierte eine deutsche Boulevardzeitung eine ihrer Papst-in-Köln-Seiten mit dem Zitat einer jugendlichen Pilgerin aus Santiago de Chile: «Der bringt das Gute in die Welt. Ich liebe ihn. Er ist für mich wie ein kleiner Teddybär.» Es überrascht, so gesehen, nicht mehr, dass eine Coburger Spielwarenfirma einen Papst-Benedikt-Teddy in limitierter Edition feilbot. Das magische Maskottchen aus gelocktem Mohairplüsch und in vollem Ornat fand, wie mitgeteilt wurde, unerachtet seines stolzen Preises von 160 Euro den Weg zu den Käufern - es werden nicht überwiegend Kinder gewesen sein - rasch.

Und was trüge der neue Träger der Papstwürde selbst bei zu seiner Massenwirksamkeit? Die «protestantische» Zurückhaltung allein kann es kaum sein. Geht Ratzinger nicht ohnedies das gerade ab, was an seinem Vorgänger unisono bemerkt und bewundert wurde - das Charisma? Dann fiele von der strahlenden Aura Johannes Pauls II. womöglich ein Abglanz auf dessen Nachfolger - ein Abglanz, der in den Augen der Gläubigen noch genügend zauberischen Glanz besitzt? Dabei sollte allerdings das nicht vergessen gehen, was in Max Webers Soziologie «Amtscharisma» genannt wird: Das Charisma als «ausseralltägliche Qualität einer Persönlichkeit» wird auf dem Wege seiner institutionalisierten Weitergabe versachlicht und in einem Amt auf überpersönliche Dauer gestellt. Die göttliche Gnadengabe, mit der Petrus ausgestattet war - sein Charisma also -, wird in der «apostolischen Sukzession» jedem seiner Nachfolger zuteil. Der «Legitimitätsglaube» gilt dann dem Stuhl Petri und nicht so sehr dem, der auf ihm sitzt.

Freilich muss jemand auf dem Stuhl sitzen, damit das Amtscharisma als Charisma überhaupt wahrgenommen wird. Von der Frage nach der «Qualität einer Persönlichkeit» entlastet also auch das Amtscharisma nicht. In dem, was dem neuen Amtsinhaber im Vatikan mehr zu Gebote steht als rituelle Gesten, in seinen - vor jungem Millionenpublikum gehaltenen - Reden, findet denn auch, wer sucht, einige Spuren von Charisma. So in der gewagten Metapher von der «Kernspaltung im Innersten des Seins»,

der «Explosion des Guten», das das Böse von sich abscheidet und überwindet. So aber auch in der Distanzierung von dem «Boom des Religiösen», durch den Religion sich zu einem «Marktprodukt» verflüchtigt, das jeder sich nach eigenem Gusto aus verschiedenen Angeboten auswähle.

Charisma ist kein Besitz

Ein solches Widerwort, ein «Ich aber sage euch», ist ein nicht unwesentliches Charakteristikum sendungsbewussten In-Erscheinung-Tretens. Man ist versucht, es geradezu als das Distinktionsmerkmal zu verstehen, durch das sich Charisma von dem Gebaren eines kultigen Stars - doch - unterscheiden liesse: Widerspruch statt blosser Resonanz. Der Charismatiker mutet seiner Gefolgschaft etwas zu; er «holt» sie nicht einfach «ab». Indes ist auch die Zumutung, gerade sie, auf Zustimmung angewiesen. Ohne Anerkennung seitens der Anhänger kann sich, wie Max Weber das nannte, das Charisma nicht bewähren. Diese Anerkennung, so Weber weiter, sei «psychologisch eine aus Begeisterung oder Not und Hoffnung geborene gläubige, ganz persönliche Hingabe». Dies ist das Herz des Problems - und nicht die Frage, wie viel Charisma Joseph Ratzinger oder Tenzin Gyatso (dem 14. Dalai Lama) eigen ist: Weil kein Mensch allein und für sich Charisma «besitzen» kann, sondern es ihm von Begeisterungsfähigen und Hingebungsreichen gespiegelt werden muss, darum wird ein Charisma von so vielen verschiedenen Motiven und Bedürfnissen gefärbt, wie sein Träger Anhänger findet. Darum auch kann der Papst nicht wissen, ob die Jugendlichen, die ihm zujubelten oder andächtig lauschten, es in seinem Sinne «ernst» meinten. (Dass nicht allzu viele von ihnen ihr Privatleben am Sittenkodex des Vatikans ausrichten, ist evident.) Darum schliesslich bleibt der Wunsch, das religiöse Charisma von der Ausstrahlungskraft eines Popstars sauberlich zu demarkieren, ein frommer.

Ins Grundsätzliche gewendet: Unter der Herrschaft einer entgrenzten Popkultur, die Lifestyle und Stimmungen zelebriert, ist jedes Charisma ein Pseudocharisma. Weniger kulturpessimistisch formuliert: Heute gibt es Charisma zu ermässigten Bedingungen. Hat nicht der Religionsphilosoph William James bereits vor einem Jahrhundert geschrieben, jeder sei sein eigener Papst? Wie jedenfalls der uferlosen Ratgeberliteratur unserer Tage zu entnehmen ist, hat - eigentlich - jeder Mensch Charisma; es muss nur hervorgekitzelt werden, beispielsweise durch «Selbst-Coaching». Charisma ist keine Gabe und schon gar keine Gnadengabe des göttlichen Geistes, es ist Ergebnis eines zielbewussten Trainings, eines Erlernens von Techniken der Kommunikation und der Selbstdarstellung. Ideale Menschen in diesem Betracht sind Manager, deren Profil in den einschlägigen Charisma-Kursen modelliert wird: Kompetenz, persönliche Authentizität, Überzeugungskraft, Selbstvertrauen, Führungsstärke, Risikobereitschaft, Resonanz- und Begeisterungsfähigkeit, Eindruckssteuerung durch soziale Dramatisierung (vulgo: «Impression-Management») und anderes mehr.

Auf diesem Niveau bewegt sich auch, was als Charisma von Politikern allenthalben erwartet zu werden scheint. Das lässt sich gegenwärtig im deutschen Wahlkampf studieren und an einer «Charismakurve» ablesen, die von Woche zu Woche per Internetumfrage die «persönliche Ausstrahlung» von Kanzlerkandidatin Angela Merkel und Kanzler Gerhard Schröder aufzeichnet (www.charismakurve.de). Schröder, so sagt diese Kurve, wirkt deutlich charismatischer. Aber, so sagt eine andere Kurve, die der Wählerstimmen nämlich, er wird voraussichtlich trotzdem nicht wieder Kanzler werden. Nimmt die Bereitschaft, «Charismatiker» auf politischem Felde zu goutieren, derzeit also ab - und die Nüchternheit zu? Ist die Klage des ehemaligen deutschen Bundespräsidenten Roman Herzog nicht erhört worden? Der Verfassungsjurist hatte im Juli in einem Fernsehinterview bemängelt, es gebe in allen Parteien «zu wenig» Charisma und «charismatische Führerschaft».

Zweifel

Falls die Neigung, das inflationierte Charisma - und mit ihm den Populismus - zu prämiieren, tatsächlich zurückgeht, so hätte das eine Entsprechung in der Wirtschaftspsychologie, in der in den letzten Jahren verstärkt Zweifel am Charisma-Konzept laut geworden sind: Die Nachtseite des charismatischen Firmenführers birgt Narzissmus, Egoismus, autoritäres Verhalten, irrationale Entscheidungen, zu viele «Visionen» und zu wenige Perspektiven. Charisma, das wusste schon Max Weber, ist an sich «wirtschaftsfremd». Ein Zuviel an Inszenierung, so schreiben Heinz K. Stahl und Johannes Steyrer von der Wirtschaftsuniversität Wien, lasse Charisma in Stigma «umkippen». Das Charisma wohnt also in der Nähe der sozial unverträglichen Verrücktheit. Das ist dem so unähnlich nicht, was der Apostel Paulus den Korinthern vorhielt, die in Zungen redeten - und darin eine göttliche Gabe, ein Charisma, sahen. Die Enthusiasmierten, so Paulus, sprächen für ihre Mitmenschen unverständlich und erbauten nur sich selbst (1. Kor. 14). Gottes Geist manifestiere sich nicht vorzüglich im Ausseralltäglichen und Aussergewöhnlichen, sondern im Bekenntnis zu Jesus. - Man darf dies so verstehen, dass eine gewisse Askese angebracht wäre, eine Deflationierung des Charismas. Gegen eine Rückbesinnung auf Paulus wäre insoweit nichts einzuwenden.

Uwe Justus Wenzel

Diesen Artikel finden Sie auf NZZ Online unter: <http://www.nzz.ch/2005/09/10/fe/articleD47UB.html>

Copyright © Neue Zürcher Zeitung AG