

Wir leben in Fernsehzeiten

»No Sense of Place«

Von Hermann Boventer

Es ist merkwürdig, wie wenig das Fernsehen über sich selbst reflektiert. Über alle Welt und jedenmann läßt es sich andauernd aus. Nicht einmal in Ansätzen verfügen wir über eine Theorie des Fernsehens. »Am farbigen Abglanz haben wir das Leben.« Was abgebildet wird, dient als Gleichnis. Das Goethewort nennt das Metaphorische als die bildliche Übertragung eines konkreten Begriffs auf einen abstrakten. Das Fernsehen als Metapher: das wäre die Übertragung des Begrifflichen ins Bildliche. Das (Fernseh-) Bild als ein Vorgezeigtes ist etwas, woran man das andere erkennt, aber indem es zum Begriff hinstrebt, will es auch schon wieder in die Anschauung des Bildhaften zurückgeholt werden. Die (Fernseh-)Übertragung ist möglich, weil es Ähnlichkeiten zwischen dem »farbigen Abglanz« und dem »Leben« gibt, zwischen dem Vergleichenden und dem Verglichenen.

Das Fernsehen: eine Metapher für Wirklichkeit und Wahrheit? Hat inzwischen die Technik die Kunst in ihrer metaphorischen Kraft eingeholt? Wir haben es beim Fernsehen mit einem jungen Medium zu tun. Die Malerei mit ihren frühesten Dokumenten blickt auf 50000 Jahre zurück, das Theater ist weit über 2000 Jahre alt, Hörfunk und Fernsehen sind die jüngsten Medien, und gerade machen wir die allerersten Erfahrungen damit, wer die Leute sind, die das Programm machen oder zuschauen, was die Botschaften bringen, die über die Elektronik gefiltert werden, wie die elektronischen Medien die Wissensformen beeinflussen, welches »Milieu« das Fernsehen im sozialen Sinne herstellt.

Fernsehen ist Fernsehen: so wird heute weitgehend verfahren, und praktisch haben wir uns dem Funktionieren der Maschinen anvertraut. Mit einer Theorie, mit einer ästhetischen oder ethischen Lehre vom Fernsehen betreten wir Neuland. Es wird höchste Zeit, das Land zu beackern. In mannigfacher Hinsicht ist heute das Fernsehen in der Massenkultur das »Brett«, das die Welt bedeutet. Es hat eine geistige Umwelt und soziale Landschaft entstehen lassen, in der wir die Agierenden bleiben müssen. »Wer seine Geschäfte maschinenmäßig betreibt, bekommt ein Maschinenherz« (Konfuzius).

Nichts an »seinem« Platz im Fernsehen

Hier ist eine Untersuchung vorzustellen, die einige Denk- und Forschungsschritte in die gewünschte Richtung unternimmt. Das Buch hat den eigenwilligen Titel »No Sense of Place« und stammt von dem Soziologen und Kommunikationswissenschaftler Joshua Meyrowitz, der an der University of New Hampshire als Lehrer tätig ist.¹

Attacken auf das Fernsehen haben heute Konjunktur, zumal wenn sie aus Amerika kommen. Meyrowitz, um das vorauszuschicken, ist kein Neil Postman, der es nach

1 No Sense of Place. The Impact of Electronic Media on Social Behavior. New York/Oxford 1985. 416 Seiten.

zwei Bestsellern in der Bundesrepublik zu großer Popularität gebracht hat. Mit seinen Kahlschlaganalysen und plakativen Formulierungen ist Postman in Deutschland, nicht in Amerika, zu Berühmtheit gelangt, und das ist ein Anzeichen dafür, wie groß die theoretische Dürre in Sachen Fernsehen hierzulande noch ist. Es tritt hinzu, daß das Fernsehsystem in der Bundesrepublik von sich sehr eingenommen ist. »Unser Fernsehen macht uns keiner nach.« Postman geißelt, so meint man, die spezifisch amerikanischen Fernsehverhältnisse der Kommerzialisierung, etwa wenn er behauptet, Amerika sei dabei, sich total mit den technologischen Zerstreungen gleichzusetzen, die der elektrische Stecker möglich macht. Postman ist nicht unser Thema hier. Dieser Medienökologe stiftet bei allen Übertreibungen auch viele Nachdenklichkeiten.

Meyrowitz geht sehr viel behutsamer und systematischer vor. Er sucht den Beweis zu führen, wie sich unter den Einflüssen der elektronischen Massenkommunikation eine veränderte Sozialordnung herauschält. Vereinfachend gesagt, lautet der Ansatz, den Meyrowitz immer und immer wieder durchspielt: Das Fernsehen schafft sich eine »Welt« eigener Art. Im Fernsehen ist nichts an »seinem« Platz und angestammten Ort. Im Fernsehen gelten Raum und Zeit in der gewohnten Zuordnung nicht mehr. Seit es die elektronischen Medien gibt, haben die räumlichen und zeitlichen Perspektiven als soziales Koordinatensystem andere Bedeutungen angenommen. Raum und Zeit, so könnte man sagen, werden in den elektronischen Medien »vernichtet« und zu neuen Situationen verarbeitet.

Zur soziologischen Methode ist anzumerken, daß hier für das Studium von Medieneinflüssen auf das Sozialverhalten der »situational approach« unterlegt wird. Die Soziologen haben uns mit der Tatsache vertraut gemacht, daß die Menschen sich in unterschiedlichen »Situationen« unterschiedlich verhalten, was zum Beispiel davon abhängt, wo jemand sich aufhält oder wer sich nicht dort befindet, wo jemand sich befindet. Überträgt man solche Grenzziehungen auf die neuen Muster der sozialen Interaktion und Kommunikation, die das elektronische Mediensystem herzustellen vermag, dann entstehen neue »Situationen« des Sozialverhaltens. Zum Beispiel ist die Tatsache, wo jemand sich aufhält oder wer sich bei wem zu welchem Zeitpunkt befindet, für die durch die Elektronik geschaffenen Interaktionsmuster im sozialen Sinn nicht von Belang. Der Bildschirm holt »alles« ins Wohnzimmer. Es ist wie bei einer Architektur. Man müsse sich vorstellen, so Meyrowitz (6), daß die vielen Wände, welche die Zimmer, Büros oder Häuser voneinander trennen, plötzlich weggeräumt werden und wie dann bisher unterschiedliche Situationen sich verändern und zusammenfließen, etwa privat gegen öffentlich. Die Differenz braucht sich nicht ganz aufzulösen, aber sie verändert sich.

Auf dem Weg in die Informationsgesellschaft

Diesen Veränderungen, diesem sozialen Wandel unter dem Einfluß der elektronischen Medien sucht Meyrowitz auf die Spur zu kommen, indem er das Umfassende der Wirkungen veranschaulicht. Die schlagwortartige Redeweise vom elektronischen Zeitalter hat sich nicht grundlos eingebürgert. Die neuen Technologien mit ihren Bezugs- und Wirkungskomponenten bringen uns auf den Weg in die sogenannte Informationsgesellschaft. Dabei wird der Bildschirm zum Universalmedium in zahlrei-

chen Lebens- und Erfahrungsbereichen. Das Fernsehen als Quelle der Masseninformati- on und -unterhaltung ist davon nur ein Ausschnitt, aber ein bedeutender für die entsprechenden Sozialisationsprozesse. Das Fernsehen ist nicht nur für die Her- anwachsenden, sondern für nahezu jedermann ein Sozialisationsfaktor *par excellence*. Die Wirkungslage könnte man mit zwei Stichworten kennzeichnen: Entwurzelung und Orientierungslosigkeit.

Nun ist es das Sympathische an diesem Buch, daß es sich großer Zukunftsprognosen und der kühnen Extrapolation von Trends und »Megatrends« enthält. So wenig es die Linien optimistisch auszieht, so gering ist auch die Neigung, an der kulturpessimisti- schen Einschätzung des Fernsehens nach europäischer Provenienz zu partizipieren. Hier kommt Postman dem europäischen Intellektuellen-Publikum bereitwillig entge- gen. Die Intellektuellen wußten es schon immer, sie schimpfen notorisch über die »Glotze« und halten sowieso das Fernsehvolk für »blöde«. Sie hatten sich vom Fernsehen eine neue Welle der Aufklärung versprochen und sind jetzt von dem Medium enttäuscht. Bei Meyrowitz ist das alles nicht herausgestellt, sondern ganz unideologisch zeichnet sich das Buch »No Sense of Place« durch eine zupackende Direktheit aus, mit der es sich interdisziplinär dem Untersuchungsgegenstand nähert. Spezifisch wissenschaftliche Analysen und Forschungsergebnisse sind eingearbeitet worden. Aber dieses empirische Material hindert den Interpreten nicht daran, auch eine im Grunde geisteswissenschaftliche und moralische Beurteilung der Phänomene vorzulegen. Die Grenzen zwischen empirischer Wissenschaft und der Philosophie sind fließend und werden pragmatisch gezogen. Dies steht in auffallendem Gegensatz zum Empirizismus und Positivismus der deutschen Literatur in den einschlägigen Kommu- nikationswissenschaften mit ihrer angeblich »wertfreien« Methode, die in Wahrheit eine subkutan zynische Methode ist. Von dieser Seite ist nichts zu erwarten, was jenseits wissenschaftstheoretischer Selbstbespiegelung für eine Theorie des Fernsehens tauglich sein könnte.

Dabei und doch keine Augenzeugen

In der 416 Seiten umfassenden Studie »No Sense of Place« wird davon ausgegangen, daß die elektronischen Medien auf eine ganz neue Weise jene sozialen Bühnen arrangieren, auf denen die sozialen Rollen und die jeweils angemessenen Formen des Sozialverhaltens sich entfalten. Das Auditorium, vor dem die sozialen Rollen bisher zu spielen waren, wird durch informative Setzungen des Mediums zu einem situativ anderen Auditorium. Die Öffentlichkeit entgrenzt sich, die bisherigen und tiefgreifen- den Unterschiede im sozialen Rollenverhalten mischen sich und werden eingeebnet, bisher getrennte soziale Sphären und Gruppen überlappen, Raum und Zeit mit ihrer sozialen Bindekraft werden medial substituiert.

Hier wird davon ausgegangen, daß die elektronischen Medien die traditionellen Orientierungen im Sozialverhalten aufheben und daß wir als Fernsehzuschauer gewissermaßen unseren »Platz« einbüßen. Raum und Zeit als Zugehörigkeitskriterien im sozialen Neben-, Mit- und Gegeneinander entfallen, sie werden mediatisiert und medial kompensiert. In großen Lettern schreibt Meyrowitz über der Fernsehwelt: No Sense of Place. Fernsehen als Orientierungsverlust.

»Sense« kann mit Sinneswahrnehmung, auch mit Logik, Verstehen, Sinn übersetzt werden. »No Sense of Place« wird zum Synonym für eine Lebens- und Sozialordnung unter dem prägenden Einfluß der elektronischen Medien. Das auf dem Bildschirm Wahr-Genommene entbehrt mit seinem Schein der Unmittelbarkeit eines angestammten Platzes. Es ist ort-los und sinn-los, wenn man es an den alten Koordinaten von Raum und Zeit mit ihrem Ausfluß an sozialen Situationen und Orientierungen mißt. Jeder Ort wird gewissermaßen von der Elektronik »erobert«.

Im Vorwort wird folgendes Ereignis an den Anfang gestellt. Am 24. November 1963 hat der Amerikaner Jack Ruby den mutmaßlichen Attentäter von John F. Kennedy erschossen. Die Fernsehkameras waren eingeschaltet. Millionen von Zuschauern waren dabei – und sie waren doch nicht dabei. Sie waren »Zeugen« der Mordtat, sie erhielten Kenntnis davon aus »erster Hand« – und doch waren sie keine Augenzeugen. Meyrowitz folgert daraus: »Es wird offenkundig, wie das Fernsehen und die elektronischen Medien ganz allgemein die Bedeutung der physischen Anwesenheit in der Erfahrung sozialer Ereignisse in erheblichem Maße verändert haben« (VII).

Wir helfen uns damit, indem wir dem Fernsehen »nur« die Vermittlung einer Sekundärerfahrung zubilligen. Aber damit wird eine gewisse Unheimlichkeit der Fernsehwirkungen nicht aufgehoben. Der Fernsehzuschauer weiß sehr wohl, daß es nicht so ist, wenn er sich in der Rolle des Augenzeugen wähnt. Im Fühlen und Denken der Menschen, im Wissen und Urteilen über andere, im allgemeinen Meinungsklima und im entsprechenden Sozialverhalten finden die Wirkungen trotzdem ihren Niederschlag, als wären die Medienrealitäten die eigentlichen Lebenswirklichkeiten. Was die Zuschauer sehen und gesehen haben, halten sie für wahr.

Treffen wir hier auf eine psychologische und anthropologische Konstante, daß der Mensch das mit den Sinnen Wahrgenommene unreflektiert für wahr und wirklich hält? Wenn wir die Natur eine primäre Welt nennen wollen, entfernt sich der Mensch dauernd von ihr in die sekundäre Welt seiner Kultur. Seit es eine Menschheit gibt, hat der Mensch seine eigene Natur organisiert und ist die Wirklichkeit, die der Mensch erkennend wahrnimmt, kulturell geprägt. So wird das Vorhandene zum Vertrauten. Die Technik des Mediums tritt dazwischen. Die Botschaft fließt durch einen Kanal. Der Weltstoff wird »gefiltert« und zur Information verarbeitet. Mit der Neuzeit und ihren technischen Errungenschaften hat sich die Wirklichkeitsbearbeitung des »homo faber« potenziert. Im Fernsehen, so könnte es den Anschein haben, erlebt sie ihren bisher letzten Triumph in einer Art von Machtergreifung des »homo faber« über den »homo sapiens«.

Der Soziologe Erwin Goffman und Marshall McLuhan

Wie schon erwähnt, beruht das tragende Argument von Meyrowitz darauf, daß eine Differenzierung unterschiedlicher Sozialisationsprozesse unter den Angehörigen verschiedener sozialer Gruppen an die Kategorien von Raum und Zeit gebunden ist. Das heißt, die entsprechenden Situationen mit ihrer Herausbildung von sozialer Identität und Autorität unterscheiden sich. Hier ist auf den amerikanischen Soziologen Erwin Goffman und seine Schule zu verweisen. Goffman sieht das gesellschaftliche Leben als Bühnendrama, in dem wir unterschiedliche Rollen in unterschiedlichen Situationen

vor unterschiedlichem Publikum spielen. Meyrowitz übernimmt das Modell und beruft sich ausdrücklich auf seinen akademischen Lehrer Goffman, dessen Konzept er aber aus der Statik des sozialen Rollenverhaltens herauslöst.

Neben Goffman wird Marshall McLuhan oft angeführt, und er hat ebenso deutliche Spuren in der Arbeit von Meyrowitz hinterlassen. Schon vor dreißig Jahren kennzeichnete McLuhan die neuen Medien dahingehend, nichts läge ihnen ferner als »ein Platz für alles und alles an seinem Platz«. Was hat McLuhan damit sagen wollen? Er betont das Globale der elektronischen Kommunikation, die wie ein künstliches Nervensystem den Erdball umspannt und die traditionellen Nachbarschaften sprengt. Die Welt wird zum »globalen Dorf«. Das Wissen der Information entwurzelt sich gewissermaßen und ergießt sich im freien Fluß fast grenzenlos. Das Wissen hat keinen angestammten Ort mehr als soziale Heimat. Bereits bei McLuhan sind diese Frageansätze, wengleich oft zugedeckt durch sein ganz unsystematisches und manchmal erratisches Vorgehen, schon im Entwurf vorhanden: Sind es die Fernseheinflüsse, die eine Entwurzelung von Mensch und Gesellschaft weiter vorantreiben? Wird der moderne Mensch in der Pluralisierung und gleichzeitigen Nivellierung der sozialen Unterschiede, Gruppen und Autoritäten zur »Orientierungsweise«?

Gewöhnlich wird das Medium als neutraler Agent gesehen, aber das ist nur vordergründig so, wenn die Inhalte der Botschaft analysiert werden, ohne das kulturelle Umfeld zu berücksichtigen, in dessen Milieu die Botschaften eingetaucht sind. Fernsehen ist eine neue Metaphorik, wie eingangs schon angedeutet wurde, und kann als symbolische Umwelt angesehen werden. Die »informational settings«, die von den Medien geschaffen werden, wirken sich als prägende Kräfte aus. In der Simulation einer »face-to-face-communication« hat das Fernsehen die bisher größte Perfektion unter allen Medien in der Mediengeschichte erlangt. Die Zeitung zum Beispiel, vor mehr als 350 Jahren auf die Welt gekommen, hat hermeneutisch ein distanzierendes Vermögen herausgebildet, von dem das Fernsehmedium noch weit entfernt ist. Die Schriftkultur impliziert zwar auch den Wahrheitsanspruch. Aber Schriftkultur und gedrucktes Wort erreichen niemals jene Intimität und hohe Glaubwürdigkeit, mit der das Fernsehen die soziale Interaktion simuliert. Meyrowitz widmet ein längeres Kapitel den jeweiligen Informationsmilieus, die in den verschiedenen Entwicklungsstufen von der Schrift- und Buchkultur über den Telegraphen, das Telefon und das Radio bis zum Fernsehen nachgezeichnet werden können. Geschichte als Mediengeschichte: das eröffnet erstaunliche Perspektiven, die mit der Sprachphilosophie ihren Anfang genommen haben und in das Ethos der technischen Zivilisation einmünden.

In Amerika entbrannte nach einer mehrteiligen Fernsehserie »The Atlanta Giant Murders« eine heftige Diskussion darüber, ob das Fernsehen nicht einen »Bastard« produziert habe, als es Dokumentation und Drama vermengte. In Atlanta waren tatsächlich 1979 und 1981 insgesamt 23 Mordfälle an Schwarzen zu verzeichnen gewesen. Das Fernsehen dramatisierte diesen Stoff durch Hinzufügen neuer und erfundener Personen und Handlungen. Dem Effekt zuliebe wurden Fakten geopfert oder verdreht, so daß nicht mehr genau zu unterscheiden war, wo die Dokumentation endet und das Drama beginnt: Docudrama. Die Diskussion schlug nicht zuletzt deshalb errege Wellen, weil die Mordtaten von Atlanta die Bürgerschaft monatelang in Schrecken versetzt hatten und man sich sehr wohl an die genauen Einzelheiten

erinnerte, die hier nun zur »Soap Opera« verarbeitet worden waren. Für das Fernsehen war das der Extrem- und Ausnahmefall, am tatsächlichen Fall geprüft zu werden. Die Masse der Produktionen, die Tatsachenbericht und Erfundenes bis zur Unkenntlichkeit miteinander vermengen und dieses »mixtum compositum« dann als Wirklichkeit rezipieren lassen, brauchen mit dem Scharfsinn des Publikums nicht zu rechnen. Der Fernsehkritiker der »Washington Post« schrieb nach der Docudrama-Diskussion: »Wir leben in Fernsehzeiten, die die Seelen von Männern und Frauen wahrhaft in Versuchung führen.«

Botschaften wie Diebe in der Nacht

In seinem Kapitel »From Print Situations to Electronic Situations« zeigt Meyrowitz, wie die Trennungslinien zwischen (einstmals) privatem und öffentlichem Verhalten verschwinden. Die verschiedenen Medien wie Buch, Zeitung oder Fernsehen haben verschiedene Effekte hinsichtlich dessen, was einer über den anderen weiß oder zu wissen glaubt. Kinder wissen »alles« über ihre Eltern, Frauen wissen »alles« über die Männer. Die Illustrierten haben mit dieser merkwürdigen Anmaßung bereits vor dem Aufkommen des Fernsehens begonnen, »alles« wissen und sagen zu können und zu dürfen. Und noch früher war es die »Yellow Press« im Amerika der Jahrhundertwende, deren Invasion in die Schlafzimmer und geheimen Gemächer der Prominenz die Schlüsselloch-Perspektive so populär gemacht hat. Heute wissen wir aus Wahlforschungen, wie etwa der Bundeskanzler von vielen Wählern nicht danach beurteilt wird, welchen Sachverstand er aufweist und welchen politischen Kurs er steuert, sondern das Image vom letzten Fernsehauftritt wird zum wahlentscheidenden Moment. Das Atmosphärische und Gefühlsbeladene der erzeugten »Stimmung« ist ausschlaggebend. Der Zuschauer »kennt« solchermaßen den Bundeskanzler, als ob er fast sein Kumpan wäre.

Die verschiedenen Medien haben auch unterschiedliche Assoziationsfaktoren. Ein Buch zum Beispiel »gehört« uns. Man »wählt« ein Buch, wie man in der Kleidung einem bestimmten Stil oder Geschmack zuneigt, und man identifiziert sich mit einem Buch oder einer Zeitung. Das Fernsehen hat ein viel geringeres Maß an Verbindlichkeit, es anonymisiert die Kommunikationsverhältnisse und kommuniziert nahezu alles für jedermann zu jeder Zeit, jedenfalls der Tendenz nach. Die elektronischen Botschaften, bemerkt Meyrowitz, begehren nicht höflichen Einlaß, »sie stehlen sich auf ihren Platz wie Diebe in der Nacht . . . In der Tat, wenn wir uns nicht längst daran gewöhnt hätten, wie Fernsehen, Radio oder Telefon in die Häuser und Wohnzimmer eindringen, könnte man sie für das Produkt von Alpträumen und Horror-Filmen halten« (117).

Fernsehreligion und pluralistische Orientierungsnot

Das Buch enthält viele solcher Beobachtungen und Bemerkungen, die das parasoziale Beziehungsgeflecht zwischen dem Medium Fernsehen und seinen Rezipienten näherhin kennzeichnen. Meyrowitz spricht von den »Media ›Friends«. Jene Fernsehpastoren zählen dazu, die auf amerikanischen Bildschirmen die elektronische »Kir-

che« herstellen und sich oft hoher Einschaltquoten erfreuen. Die Post, die sie körbeweise erreicht, ist oft sehr persönlich gehalten.

Welche Art von Beziehung entsteht zwischen den Menschen, die sich gewissermaßen über das Fernsehen kennenlernen? Und welche Art von Religion ist es, die das Evangelium fernsehgerecht verpackt und den Fernsehpredigern eine überraschend große Ausstrahlungskraft verleiht? »Das Fernsehen«, hat Billy Graham einmal bemerkt, »ist das machtvollste Kommunikationsinstrument, das der Mensch je ersonnen hat«. Er benutzt es und glaubt, mit einer einzigen Predigt im Fernsehen viele Millionen Menschen mehr zu erreichen, als Christus in seinem ganzen Leben erreicht habe. Ist das theologisch naiv? Neil Postman, der die Bildwelt des Fernsehens für Amüsement und Vergnügen am besten geeignet hält, gibt der Fernsehreligion keine Chance. Das Fernsehen sei nicht sonderlich geeignet, den Menschen das zu bieten, was ihnen nottut. Es sei viel zu »benutzerfreundlich«. Im übrigen habe der Bildschirm selbst eine starke Tendenz zu einer Psychologie der Diesseitigkeit.

Ist das Fernsehen ein ganz und gar profanes Medium? Ist der Säkularismus ihm sozusagen auf den Leib geschrieben? Solchen Fragen geht Meyrowitz nicht nach, aber die Perspektiven, die er mit dem Thema der Orientierungslosigkeit skizziert, legen uns hier einen Exkurs nahe im Hinblick auf die Frage, ob das Fernsehen die Orientierungsnot des modernen Menschen in der pluralistischen Gesellschaft vergrößert und dies nicht zuletzt deshalb, weil es die Moral profanisiert und letzten Endes in die Beliebigkeit entläßt. Mit anderen Worten: Der starke Säkularisierungsschub, der insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland im internationalen Vergleich zu spüren ist, fände dann in den fernsehgeschaffenen »Milieus« eine Entsprechung.

Exkurs: Entchristlichung und Fernsehen

Auf dem Meinungsmarkt, in der Schaffung der lebensweltlichen und normativen Milieus für das Millionenpublikum der medialen Massenkultur kommen heute die christlichen Ideen und Werte zu kurz. Pluralismus und Entchristlichung werden immer stärker zum Synonym. Mit Recht sprechen wir von einem »Verdunsten« des Christentums in weiten Zonen der Massenmedien und Massenkommunikation. Die ungläubige Gegenwelt, die entstanden ist, zeigt kein feindseliges oder aggressives Gesicht. Das Verstummen des militanten Atheismus ist auffallend.

Wenn wir heute insbesondere in der Bundesrepublik Deutschland den Blick auf die Medien richten, dann könnte der Bruch zwischen Evangelium und Kultur, sprich: medialer Massenkultur zur eigentlichen Tragödie des Christentums werden, das noch nie so viele Freiheiten, so viele Mittel besessen hat wie heute, aber ohnmächtig zuzusehen scheint, wie der christliche Glaube in den Herzen der Menschen austrocknet. Die Religion wird »verlernt«, sie kommt nicht mehr vor beispielsweise zu den besten Hauptsendezeiten des deutschen Fernsehens, wo man sich wie selbstverständlich über christliche Lebens- und Wertvorstellungen hinwegsetzt. Die Säkularisierung ist längst zum Säkularismus geworden.

Wie gesagt, dahinter steckt kein Komplott. Die medialen Ersatzwirklichkeiten werden nicht kämpferisch-atheistisch ins Feld geführt, sondern es mangelt an der Präsenz, Wachsamkeit und Leidenschaftlichkeit der Christen. Es gelingt ihnen zu

wenig, Evangelisierung und Modernität zu versöhnen und die Botschaft im pluralistischen Konzert vernehmbar zu machen. Wenn mehr als 40 Prozent der deutschen Fernsehjournalisten keiner Konfession angehören und 80 Prozent der ARD- und ZDF-Redakteure mit Kirche nichts im Sinn haben, ist ihnen eine gewisse Arglosigkeit gegenüber christlicher Moral sogar zugute zu halten. Erstaunlich ist für mich, wie dennoch bis heute beide Kirchen offiziell sich unter dem Dach eines »gesellschaftlich« (also auch von ihnen) kontrollierten Rundfunks immer noch gut aufgehoben glauben in der Annahme, es sei ein »Rundfunk für alle«. Die Radikalität der Entchristlichung, abzulesen am herrschenden Meinungsklima in den elektronischen Medien, erfordert meines Erachtens andere medienpolitische Strategien der Kirchen als bisher.

Wir stellen auch andernorts fest, wie etwa die Zahl christlicher Politiker, die in Parteien und Parlamenten das bekennende Wort in die handelnde Tat umzusetzen suchen, in beängstigender Weise schrumpft. Die Glaubensschwächung scheint parallel zu verlaufen mit einem kulturellen, welthaften Erschlaffen der Selbstbehauptung und Weltverantwortung. Das sind nicht nur Randphänomene, sondern die angepaßte und glatte Leidenschaftslosigkeit reicht bis in die inneren Kreise kirchlicher Mitarbeiter und Funktionäre hinein. Die leere Geschäftigkeit ist an der Überproduktion von Papieren ablesbar. Man verwaltet sich selbst. Indes war das Verhältnis der Kirchen zu den C-Parteien nie schlechter als heute.

Eine säkularisierte und religionsferne Gesellschaft stellt neue und veränderte Anforderungen an die Kommunikationsfähigkeit und geistige Profilierung in einer Medien- und Massenkultur. Gerade das Christentum hätte auf die Orientierungsnöte des modernen Menschen überzeugende Antworten zu geben. Es würde damit eine für die Demokratie unentbehrliche Orientierungsleistung vollbringen. Wir müssen uns ernstlich fragen, wie stark denn überhaupt der publizistische Überlebenswille der Christen noch ist, wenn das öffentliche Verstummen des Glaubens in den medialen Alltagsmilieus und massenkulturellen Ersatzwirklichkeiten so widerstandslos hingegenommen und der Ernstfall des Glaubens privatisiert wird. Das wirklich Bedrückende ist, daß die Kirchen vor den Konsequenzen des Pluralismus zurückschrecken und nicht wirklich den säkularen Menschen ins Zentrum ihrer Evangelisation rücken. Ihr Verhältnis zu den Massenmedien ist nach wie vor ein »gebrochenes«. Vor allem ist die Einwurzelung in den Freiheitsgedanken nicht nachvollzogen worden. Die Sensibilität für Markt und Publikum fehlt weitgehend. Die Pastoralinstruktion »*Communio et Progressio*« hat breite Schneisen geschlagen, aber das Dokument verstaubt in den Regalen der Zentralen.

Vierte Gewalt als Medienereignis

Wir kehren zu Meyrowitz zurück. Aus der Abstraktion der Theorien führt der Autor den Leser (demgegenüber er verständlich bleibt, wenngleich das Buch sich auch an ein Fachpublikum wendet) in den übersichtlich gegliederten Kapiteln zu vielen anschaulichen Beispielen und Belegen. Meyrowitz meint, Amerikas »Sense of Place« habe sich merklich verändert. Er belegt diese Behauptung im dauernden Rückgriff auf lebensweltliche Situationen und deren Profile in einem veränderten Sozialverhalten. Dazu einige der englischen Kapitelüberschriften, aus denen sich die Tendenz ablesen läßt:

The Merging of Public Spheres. The Blurring of Public and Private Behaviors. The Separation of Social Place from Physical Place. New Group Identities. New Ways of Becoming. Questioning Authority. Effect Loops. The Merging of Masculinity and Femininity. The Blurring of Childhood and Adulthood. Lowering the Political Hero to our Level.

Mit den drei letzten Titeln sind Fallstudien bezeichnet, woran die Thesen exemplarisch erhärtet werden sollen. Die »befreiende« und feministische Einflußnahme des Fernsehens auf das öffentliche Bewußtsein ist in Amerika besonders stark ausgeprägt. Meyrowitz: »Television makes the private images of the other sex public and persuable . . . Television fosters a kind of easy and uninvolved intimacy« (223). Die geschlechtsspezifischen Moral- und Tabuzonen sind praktisch aufgehoben worden, alles »geht«, alles ist egal, und der Verlust an Intimität, der ein Verlust an Freiheit bedeutet, ist radikal. Meyrowitz: »Television is the most potent merger of male and female spheres« (223).

Was das von Postman in seinem Bestseller angesprochene »Verschwinden der Kindheit« betrifft, hat Meyrowitz dem Thema eine längere Fußnote gewidmet mit dem Hinweis, er, Meyrowitz, habe bereits Mitte der siebziger Jahre diese Ideen verfolgt. Postman sei einer seiner Gutachter für die Dissertation gewesen, die in wesentlichen Teilen das Konzept von »No Sense of Place« vorweggenommen habe. Offenbar wehrt sich hier der jüngere Kollege gegen eine gewisse Vereinnahmung der Ideen (363). Bei Marie Winn, 1983, ist das mit den elektronischen Medien verknüpfte Motiv »children without childhood« ebenfalls verarbeitet worden. Meyrowitz weist auf einen essentiellen Unterschied zwischen einem Kinderbuch und dem Kinderfernsehen hin: »There is no situational equivalent to a children's book on television« (239). Die Zugangsbedingungen sind völlig andere, die Verstehensleistungen auch, aber vor allem öffnet sich die Erwachsenenwelt in ungehemmter Form. »Geheimnisse« gibt es nicht mehr, alles ist restlos »demystifiziert«, jedenfalls dem Anschein nach.

Das Fernsehritual zeigt sich in der Politik im gnadenlosen Umgang mit Präsidenten und Helden. Die Kameras zeigen einen schwitzenden Carter oder einen Ronald Reagan, der bei der Papstaudienz einschläft. Letzterer ist allerdings auch ein Meister in der Beherrschung des Mediums. Bei einer Umfrage im Februar 1982 erklärten sich nur 47 Prozent der Bevölkerung mit seiner Präsidentschaft einverstanden. Aber 70 Prozent mochten ihn »persönlich«, und dieses Gefühl beruft sich, wenn man ihm nachgeht, einzig und allein auf das Fernsehimage vom letzten Auftritt. Wo Fernsehen erscheint, da wird es zum Medienereignis, übernimmt es die Regie und Dramaturgie. Aus der Vierten Gewalt, die sich die Medien angemaßt haben, ist längst die Erste Gewalt geworden, und die paradigmatischen Fälle hierfür häufen sich in einem für die Demokratie beängstigendem Ausmaß, die auf einer ganz anderen Gewaltenteilung beruht. Politik und Politiker, die wie Marionetten an den Fäden der fernsehgewaltigen Systeme und Maschinen tanzen: vorerst nur ein Zerrbild und Alptraum?

Keiner ist verantwortlich dafür

Die Moral ist es, die eine Gesellschaft zusammenbindet und immer wieder aufs neue zusammenführt. Die Mechanismen der Zugehörigkeitssicherung und der Identitäts-

findung müssen im Trend von »No Sense of Place« zunehmend notleidend werden. Die Frage ist, ob uns das Fernsehen orientierungslos macht und wir es zulassen, daß es geschieht. Reglementierende oder verbietende Eingriffe sind keine Lösung, der Freiheit gebührt in diesem Fall der Vorrang. Schlechtgemachtes, handwerklich nicht gemeistertes, schlampig oder ideologisch verpfushtes Fernsehen ist häufigste Ursache für den Ärger mit ihm. Die Ethik steckt in der Sache, die auf ihre humanen Möglichkeiten überhaupt noch nicht ausgeleuchtet ist. Die Macher und auch das Publikum hantieren mit dem Ding wie blutige Anfänger. Die Ästhetik und Ethik der elektronischen Medien, derer es dringend bedarf, ist auf viele und geduldige Erkenntnisschritte von der Art der Studie »No Sense of Place« angewiesen, den Nachdenklichkeiten, die ein Autor wie Meyrowitz stiftet, nicht länger aus dem Weg zu gehen.

An einer Stelle schreibt er: »Mit dem Fernsehen ist es wie mit dem Wetter. Keiner ist verantwortlich dafür, oft ist es schlecht. Aber fast jeder schenkt ihm seine Aufmerksamkeit, richtet sich mit seinen Erfahrungen danach und spricht darüber« (147).

GLOSSEN

HOCHHUTHS »STELLVERTRETER« redivivus. – Das Stadttheater Ingolstadt hat im Herbst 1986 Hochhuths »christliches Trauerspiel« erneut auf die Bühne gebracht, von der es seit langer Zeit fast gänzlich verschwunden war. Weil dieses Stück nach der Ansicht seines Autors die historische Person des Papstes Pius' XII. und die konkrete Situation des Vatikans in einer zeitlich genau umrissenen Phase des Zweiten Weltkriegs treffen soll, und nicht eigentlich eine allgemeine Problematik auf eine mit dichterischer Freiheit gestaltete Person projiziert, hat es bereits bei seinem Erscheinen Diskussionen ausgelöst, die um die Frage kreisten, ob der Mensch Eugenio Pacelli tatsächlich der war, den Hochhuth dem internationalen Theaterpublikum vorstellte. Die dem Stück zugrundeliegende Frage nach dem, was der Kirche und ihrem Oberhaupt in dieser Lage zu tun aufgegeben war – ob lauter Protest oder stumme Hilfe für die Verfolgten ihrem Wesen gemäßer sei –, konnte und kann durch solche historische Kritik nicht beantwortet werden, wohl aber war und ist der Anspruch Hochhuths zu prüfen, mit seinem Werk historische Realität zu vermitteln.

Die Ingolstädter Aufführung fordert eine solche Nachprüfung um so kräftiger heraus, da sie das umfängliche Drama Hochhuths reduziert auf eben jenen Handlungsstrang, der Pius XII. und sein »Schweigen« zum Gegenstand hat, und gerade die von Hochhuth frei erfundenen Figuren, die in der ungekürzten Fassung zentrale Rollen spielen wie der »Doktor« oder Pater Ricardo Fontana, in einen sekundären Rang zurückgedrängt worden sind. Der 5. Akt, »Auschwitz oder die Frage nach Gott«, ist nämlich ganz dem Rotstift zum Opfer gefallen, und von dieser Streichung am Ende her sind die Personen aus dem Drama eliminiert worden, die für die Handlung des 5. Aktes in den vorangehenden Akten »aufgebaut« werden. So endet die Ingolstädter Aufführung mit dem 4. Akt, in dem Pius XII. zu erkennen gibt, daß er von dem in seinem Namen angedrohten Protest gegen die Verschleppung der Juden aus Rom nichts weiß, und sich zu nichts mehr gewinnen läßt als zu einem farblosen Artikel im »Osservatore Romano«. Gerade hier dürfte die entscheidende Schwäche der Ingolstädter Inszenierung liegen, sofern die dafür Verantwortlichen über