

WOLFGANG WUNDEN · LEONBERG

Ehebruch in Film und Fernsehen

1. Ehebruch aus Leidenschaft als medialer Unterhaltungsstoff

Ehebruch ist Alltag, in dem etwas los ist: Leidenschaft, Ausbruch aus der Langeweile und Banalität bürgerlicher Existenz, ein trotz seiner Alltäglichkeit immer wieder spannendes Thema, daher Medienstoff. Über 50 % der *Talkshows* behandeln beispielsweise nach einer Untersuchung der Zeitschrift *Psychologie heute* Beziehungsthemen (Partnerschaft/Familie 38 %, Sex 14 %), und der Ehebruch nimmt dabei als Thema einen wichtigen Platz ein.¹ Aus dem *Fernsehfilm*-Bereich ein Beispiel unter vielen: *Nach uns die Sintflut* (1995), ausgestrahlt an einem Mittwoch (30. Oktober 1996, 20.15 Uhr im Ersten – zuvor in der Tagesschau ein Bericht über den in Japan weilenden Bundeskanzler – er war an dem Tag so lange wie Adenauer im Amt, Sie erinnern sich?). Die Story des Thrillers: Eine Flutwelle, durch abschmelzende Gletscher hervorgerufen und durch eine Sturmflut verstärkt, bedroht die Nordseeküste und überflutet sie schließlich katastrophenartig. Behörden und Bewohner schlagen bedauerlicherweise zuvor die Warnungen von Wissenschaftlern vor den Folgen einer stetigen Erwärmung des Klimas in den Wind. Rund hunderttausend Menschen finden daher in den Fluten den Tod. Im Vorfeld der schließlich hereinbrechenden Katastrophe werden u. a. zwei Ehen bzw. Familien gezeigt, die davon unterschiedlich betroffen werden. Zum einen werden zwei Menschen geschildert, die mit dem Leben nicht fertig werden; der Mann realisiert nicht die Bedrohung des eigenen Schicksals durch die psychische Schwäche der Frau, die auf die Angst vor dem Verlust des Sohnes (er ist mit einem Hund in dem Wetterchaos unterwegs) mit dem Griff zu Tabletten und Alkohol reagiert und an einer Überdosis stirbt. Zum anderen der Arzt des Küstenortes und seine Frau in einer Ehekrise, der Arzt hat sich in eine jüngere, unverheiratete

WOLFGANG WUNDEN, 1942 in Krefeld geboren, studierte Philosophie, Theologie und Soziologie in Rom. Seit 1973 ist er Mitarbeiter des Süddeutschen Rundfunks Stuttgart. Er leitet dort in der Hörfunkdirektion die Abteilung »Planung und Koordination Hörfunk« und ist SDR-Koordinator des Radioprogramms »S4 Baden-Württemberg«.

Lehrerin verliebt. Die Ehebruchs-Geschichte spielt sich im Film in mehreren Szenen ab: Er ist hingerissen von ihr, verrückt vor Leidenschaft; man sieht, wie sie einander leidenschaftlich begehren und aufs Lager hinsinken; übrigens dezent gefilmt, gemessen an heute üblichen freizügigen bis spekulativ-pornographischen Darstellungsformen. – Eine spätere Szene zeigt die Ehefrau, die von der außerehelichen Beziehung ihres Mannes weiß. Sie sagt ihm, sie könne so nicht weiterleben, sie verlange eine klare Entscheidung. Dann bricht die Katastrophe herein, der Arzt stellt sich seiner ärztlichen Pflicht und lehnt es ab, bei seiner Geliebten zu bleiben, die nicht akzeptieren will, daß er sie in dieser bedrohlichen Situation allein läßt. Die Geliebte des Arztes hat sich schließlich allein auf den Dachfirst eines Hauses gerettet, der über die Flut hinausragt. Der Arzt, der mit seiner Frau im Hubschrauber die Fluten nach Überlebenden absucht, zieht sie schließlich in die Maschine. Die Geliebte sieht beide, kein Worte werden gewechselt, nur Blicke – dann sinkt die Geliebte erschöpft hin. Das wirkt alles so konstruiert, wie es sich hier liest. Ende des Films.²

Nun kann man wirklich nicht sagen, daß dieses Produkt in irgendeiner Form sensationell gut wäre. Eher ist es Durchschnitt, gerade unter dem Gesichtspunkt von Spannung und Erregung. Da sind Filme wie *Speed* heute maßgebend, oder *Crash*: Ein Filmkritiker schreibt zu diesem aktuellen Film, er sei grauenhaft zeitgemäß, ein Gleichnis für die abgestumpften Sinne des Reizsteigerungs-Zeitalters; die Gier nach dem letzten Kick. Der Regisseur Cronenberg setze die Metall- und Technikgeilheit mit beispielloser Konsequenz in einen Alptraum von Maschinenmenschen um: »der Ersatzteilkrüppel braucht die Crash-Droge, den Unfall-Orgasmus als einzigen Reiz, den er noch spüren kann.«³ Von dieser Art ist der geschilderte Film nicht, selbst nicht in den Katastrophenszenen. Doch Ehebruchsgeschichten haben als audiovisueller Unterhaltungsstoff offenbar ihren Reiz, und deshalb kommen sie – wie im geschilderten Beispiel – immer wieder vor. Sie können durchaus auch ein Thema in *Fernsehserien* sein, weil sie sich psychologisch oft über eine längere Zeit entwickeln – man denke an *Dallas* und *Denver Clan*.

Dieser Beitrag soll nun nicht die Vielfalt der Aspekte ehebrecherischer Handlungen in Filmen und Fernsehprogrammen darstellen, im Sinne einer inhaltsanalytischen Erfassung und Sichtung von entsprechenden Filmen und TV-Programmen in einer bestimmten Zeit, vielleicht mit einer Kritik daran aus kirchlich-theologischer Sicht. Dies würde einen enormen Aufwand bedeuten, und fraglich wäre der Ertrag. Der Beitrag möchte vielmehr am Beispiel des Themas dieses »Communio«-Heftes den Blick für den Unterschied zwischen der kirchlichen und der medialen Variante der Kommunikation über moral-relevante Themen schärfen und auf diesem Hintergrund die je eigene Rolle von Kirche und Medien bei der Bearbeitung

ethikrelevanter Fragen herausarbeiten. Ehebruch, eheliche Untreue wird hierbei als ein Beispiel, als ein markanter Fall gesehen, in dem die kirchliche Moraldoktrin eine sehr explizite, sanktionsbewehrte Norm verkündet, die sich von der Alltagsmoral nicht nur deutlich unterscheidet (das ist auch der Fall beispielsweise bei der Norm: »Du sollst nicht lügen!«), sondern wo sich die Kirche im Kern, nämlich theologisch-sakramental, bei der Stützung einer sittlichen Norm sehr nachdrücklich engagiert und sich daher auch in ihrem Seelsorge-Auftrag sehr in Pflicht genommen sieht.

*2. Die Kirche: »Sie soll mich allzeit gläubig sehen
und folgsam ihren Lehren«*

Ich beziehe mich dabei auf die katholische Ausprägung der Moralkommunikation, bei der der Unterschied zur medialen Moralkommunikation klar zum Ausdruck kommt. Die folgende Skizze einiger Grundzüge kirchlicher Moralkommunikation beschränkt sich auf die Zeit bis zur Mitte unseres Jahrhunderts. Von da ab nämlich werden verstärkt in der katholischen Kirche Tendenzen wirksam, Human- und Gesellschaftswissenschaften in die Formulierung der Morallehre einzubeziehen; außerdem haben sich auch durch die voranschreitende Säkularisierung der Gesellschaft und die Allgegenwart der verschiedensten Medien die Rahmenbedingungen für die Formulierung von Lehrsätzen in moralischen Dingen so stark verändert wie wohl in allen Jahrhunderten vorher nicht. Gleichwohl ist der Einfluß der hier dargestellten Morallehre in von kirchlicher Disziplin geprägten Milieus heute immer noch recht stark.

Ein erster und sehr wichtiger Punkt betrifft die sogenannten »Quellen« der Moralverkündigung, d. h.: Woher nimmt die Kirche die Erkenntnisse und Deutungen, welche sie als »Moral«, d. h. als zu lehrendes, den Gläubigen vorzulegendes Normensystem weitergibt? Wie in Glaubensdingen (also etwa die Auferstehung Jesu »am dritten Tag« nach seinem Tod am Kreuz oder die Geistaussendung, die Gottessohnschaft und das Gericht am Ende der Tage) stützt sich die Kirche in ihrer Moralverkündigung auf die heiligen Schriften des Alten und des Neuen Testaments. In ihr finden sich viele Erzählungen mit (zumindest auch) moralischem Charakter, zum Beispiel die Hiob- oder die Joseph-Geschichte, deren Lehren man als »moralische Nutzenwendungen« der Erzählungen in Satzform wiederholen kann. Es finden sich darin auch etliche Sammlungen moralischer Normen, die eindrucklichsten und weltbekanntesten sind die »Zehn Gebote« im Alten Testament, die Seligpreisungen der Bergpredigt im Neuen Testament (zum Beispiel »Selig die Friedfertigen«); des weiteren viele Gleichnis-Erzählungen Jesu mit moralischer Pointe, Anweisungen für gelingendes Le-

ben und Beschreibungen des Wegs ins Königreich Gottes. Die Tugend- und Lasterkataloge des Neuen Testaments, insbesondere in der Briefliteratur, stellen eine weitere Schriftquelle dar. Neben dem Glauben (*res fidei*) hat offensichtlich schon früh die Frage nach einem vollkommenen – auch moralisch vollkommenen – Leben (*res morum*) in den Bemühungen der Kirche um die Gläubigen eine wichtige Rolle gespielt ...

Neben den heiligen Schriften gilt als weitere Quelle die Tradition, also die Überlieferung des Glaubens und der Sittenlehre in der kirchlichen Gemeinschaft. (Inwieweit die Tradition eine eigene, selbständige Quelle darstellt, oder eine lediglich getreu wiederholende Funktion ist, die nur eine Aktualisierung der Ur-Lehre im neuen Kontext darstellt, keinesfalls aber neue Inhalte entwickelt – dies kann hier undiskutiert bleiben.) Für unser Thema ist hingegen wichtig, daß sich die Kirche in der Auslegung der Lehren des Alten und Neuen Testaments eine Autorität zuschrieb, die sich im Lauf der Zeit immer mehr auf das Lehramt der Kirche in der hierarchisch geprägten Form Papst/Bischöfe/Priester einengte – eine Entwicklung, die 1870 in der Dogmatisierung der päpstlichen Unfehlbarkeit gipfelte, so daß die Moralverkündigung der Kirche autoritativ festgesetzt und sanktioniert war, der die Menschen in der christlichen Gemeinde gläubig und auf die Heilszusage vertrauend folgen mußten.

Eine dritte Quelle der Erkenntnis ist die Vernunft, die in der Lage ist, Realität wahrzunehmen und Urteile zu fällen; mithin ist es dem Menschen auch gegeben, sein Verhalten vernunftgemäß zu gestalten. Dabei hilft ihm das persönliche Gewissen, das auf die sittlichen Werte oder auf »das Gute« ausgerichtet ist. »Das Sein, das Wahre und das Gute fallen in eins«: hierin liegt philosophisch der Grund allen Erkennens und Handelns.

Die *Methoden* kirchlicher Moralkommunikation sind vielfältig: an erster Stelle steht die Predigt in der gottesdienstlichen Versammlung, in der ja auch die heiligen Schriften insgesamt in Glaubens- wie Sittenfragen mit priesterlicher Autorität ausgelegt werden; hinzu kommen Äußerungen des Papstes (zum Beispiel in Enzykliken) und der Bischöfe (Hirtenbriefe); die seelsorgliche Betreuung ist vielfach mit Weisungen und Rat in moralischen Dingen verbunden; an erster Stelle steht hier die individuelle Beichte. Durch die Jahrhunderte hindurch⁴ war sie ein unübertrefflich wirksames Mittel der Formung der Gläubigen in Fragen der alltäglichen Lebenspraxis wie der Beeinflussung im Sinne der Kirche bei Entscheidungen von politisch-gesellschaftlicher Tragweite (etwa durch Beichtväter bei Hofe). Schließlich bediente sich die Kirche intensiv der Möglichkeiten der Schule, und der Universitäten, und die Verfügung über die Medien (Schrift, Bilder) war über Jahrhunderte ein kirchliches Monopol. Erbauliche Traktate dienten der moralischen Bildung im Sinne der Kirche.

Die große Wirkung der Moralverkündigung der Kirche beruhte auf der

Gewalt der Kirche über die Seelen. »Fest soll mein Taufbund immer stehen, ich will die Kirche hören. Sie soll mich allzeit gläubig sehen und folgsam ihren Lehren«: Dieses Lied wird auch heute noch in katholischen Kirchen als Treue- und Gehorsamsgelöbnis gesungen. Auf dem Gehorsamsversprechen bei der Taufe beruhte die Durchsetzungskraft der Kirche in moralischen Fragen, in der Erneuerung des Taufgelübdes in der Osternacht bekräftigte der Gläubige es mindestens einmal im Jahr. Zweifellos hat die Kirche sehr effektive Moralkommunikation betrieben und ist auf diese Weise dem Auftrag Jesu an Petrus nachgekommen: »Weide meine Lämmer, weide meine Schafe!« Die Wirkung der kirchlichen Moralkommunikation gründete in göttlichem Auftrag, stützte sich aber nicht selten auch auf weltliche Macht und fußte auf dem entsprechenden Gehorsam in einer autoritär verfaßten Gesellschaft, mit einer hierarchisch positionierten kirchlichen Leitung als maßgeblicher und normsetzender Autorität.

3. Die Medien: Panoptikum der Moralen

Welche Rolle spielen Medien in der kirchlichen Moralkommunikation? Bücher und Bilder waren dabei als Instrumente immer wichtig. Man denke nur an die heiligen Schriften des Alten und Neuen Testaments. Sie waren zu einem großen Teil Niederschriften zunächst mündlicher Berichte. Die »Bibel der Armen« im Mittelalter stellte mit ihren Bildern und Texten eine einfache Form des Studiums für den niederen, mittellosen Klerus dar und diente so mittelbar der Belehrung der ungebildeten Bevölkerungsschichten. Luthers Reformation war eine Bewegung aus den Medien Schrift und Sprache. Buch und Zeitschrift waren und sind für die Kirche in der Neuzeit die wesentlichen Mittel für ihre Moralkommunikation.

Medien transportieren also durchaus kirchliche Moral. Aber auch andere und zur kirchlichen Moral gegenläufige Moralen fanden Eingang in die Medien. Nur war dies schwierig, solange kirchliche und weltliche Autoritäten zusammenspielten und der Einfluß der Kirche im öffentlichen Leben stark genug war, um im eigenen und im staatlichen Bereich zensurierend und auch sonst lenkend einzugreifen. Heute hat die Kirche längst kein Monopol mehr in moralischen Fragen. Dies kann man zunächst unabhängig von den kommunizierten Inhalten und deren Bewertung sagen: da gibt es eben einen zweiten »Lieferanten« neben der in Predigt und Katechese verkündigenden Kirche. Analog zu der Rede vom »heimlichen Lehrplan«, in der ein Konkurrenzverhältnis zwischen Schule und Medien im Bezug auf Kinder und Jugendliche zum Ausdruck kommt, könnte man hier von einer »heimlichen Moralkatechese« sprechen, die in den Medien geschieht, zusätzlich zu der in der Kirche, meist an ihr vorbei oder gegenläufig zu ihr.

Dies ist ein Resultat der neuzeitlichen Entwicklung – neben den Kirchen bildete sich im Zuge wachsender technischer Möglichkeiten, ökonomischer Entwicklung und gesellschaftlichen Verkehrs ein Sektor des Austauschs von Nachrichten, Informationen und Meinungen heraus, dessen Träger nicht mehr die Kirche (oder der Staat) war, sondern die entstehende bürgerliche Öffentlichkeit. Von der bürgerlichen Ökonomie gebraucht (als Umschlagplatz von Informationen und Diskussionsforum), wurde diese zugleich das Instrument einer Emanzipation breiterer Schichten aus der Vorherrschaft der bisherigen kirchlichen (und staatlichen) Autoritäten. Die Massenpresse entstand, die trivialen Lesestoff anbot. Sie befreite sich aus dem Kontext der Kirche selbstverständlich auch in moralischen Dingen. Und somit wurde sie auch inhaltlich Konkurrent zur Kirche und geriet nicht selten im Widerspruch zur kirchlichen Lehre.

Die *Quellen* waren natürlich andere als die Quellen der Moral in der kirchlichen Verkündigung. Es war die Moral der Neuzeit, wie sie von den Experten heute als im Humanismus (Erasmus von Rotterdam) und in der Renaissance einsetzend beschrieben, im neuzeitlichen Humanismus ausgeprägt und in der Aufklärung zum Programm wird: eine Vernunftmoral (nicht mehr eine gottgebene oder von tradierten heiligen Schriften vorgegebene Moral), sondern eine auf das autonome Individuum zugeschnittene Moral. Nicht mehr der Gehorsam im Bezug auf autoritativ verkündete Normen prägte das Leben und Handeln, sondern mehr und mehr die rationale Erkenntnis des Menschen, der die Gesetze der menschlichen Natur, des Kosmos und der gesellschaftlichen Prozesse zu erkennen und diese Erkenntnisse in sittliche Konzepte umzusetzen verstand. Der Mensch wollte nicht mehr Autoritäten fragen, die zweifelsfrei gewußt hätten, wie es um den Menschen und sein Schicksal stand, sondern er wollte sich selbst orientieren und seine selbstgesetzten Zwecke handelnd verfolgen. Als »Säkularisierung« ist dieser Prozeß der Emanzipation des Menschen von der göttlichen und der kirchlichen Autorität beschrieben worden. Martin Luther hat ihn in der Kirche selbst eingeleitet, Immanuel Kant hat ihn in der berühmten Passage seiner Schrift »Was ist Aufklärung?« als Hervorgang des Menschen aus selbstverschuldeter Unmündigkeit beschrieben. Neben der Natur und ihren Gesetzen, verbunden mit der typischen Ausprägung der bürgerlichen Moral (in vielen Romanen als eng beschrieben) erhielten dann auch andere Mächte eine wichtige Funktion: das Gewissen als persönlich-wertendes, mit den seelischen Tiefenschichten verbundenes Organ, aber auch die Triebwelt (Psychoanalyse).

Stoff der Moral war mithin das Leben selbst geworden: die menschlichen Wege und Schicksale, Phantastisches und Nützliches, Abenteuer und Krisen, Fakten und Fiktion. Gerade auch die Schattenseiten menschlichen Lebens kamen zur Sprache, die Sünde konnte nun in allen Farben geschil-

dert werden, weil sie eben untrennbar zur »condition humaine« dazugehört.

Die *Methode* medialer Kommunikation über moralische Angelegenheiten läßt sich folgendermaßen beschreiben: Zunächst und grundsätzlich ist Öffentlichkeit die Methode. Bilder werden öffentlich gezeigt, einem »dispersen« Publikum⁵, also jedermann, und dieser Jedermann/diese Jede frau befindet sich an Orten, die von niemand festzulegen, zu bestimmen oder zu definieren sind, eben »der Öffentlichkeit« als jenem Publikum, das mediale Angebote entgegennimmt. Diese Methode, die letztlich das öffentliche Medium *selbst ist*, ist direkt der Verborgenheit des Geheimnisses oder des Tabus entgegengesetzt.⁶ Medien heben Geheimnisse und Tabus prinzipiell auf; Medien lassen sich zwar auch von Personen und Institutionen zum Geheimnisschutz und zur Tabuwahrung nutzen, dies ist dann jedoch ein medienfremder Zweck, der diesen übergestülpt wird. Während die öffentliche kirchliche Moralverkündigung viele Dinge nicht zur Sprache bringt, mit der Begründung, es gehöre sich nicht, öffentlich darüber zu reden (der Beichtstuhl ist der institutionelle Ort, an dem man unter Ausschluß Dritter darüber sprechen kann), kennt das Medium prinzipiell solche Dinge nicht. Alles kann in Fernsehen und Film gezeigt werden: auch das, was – kirchlich gesehen – nicht zeigbar ist: die Sexualsphäre, Pornographie, Ehebruch, Gewalt, Fehler und Vergehen von staatlichen, kirchlichen und sonstigen Autoritäten. So wird die *monstratio*, das öffentliche Zeigen, zur Demonstration (wider die kirchlich-bürgerliche Moral).

Die Methode medialer Moralkommunikation ist dabei stark von der ökonomischen Struktur der Medien bestimmt. Das Fernsehen ist – Information hin, Bildung her – vor allem eine gefräßige Unterhaltungs-Maschine: Es frißt klaglos alle Arten von audiovisuellen Programmen und gibt sie wieder von sich, Tag um Tag, inzwischen rund um die Uhr und rund um den Globus. Reich wird daran, wer über den Stoff »Programm« verfügt und den TV-Sendern das Futter für die unersättliche Maschine liefern kann (der in Deutschland bekannteste Programm-Krösus ist Leo Kirch⁷). Reich wird aber auch der TV-Unternehmer, der es schafft, mittels publikumsattraktiver Unterhaltungsstoffe Zuschauer an die Werbung zu verkaufen. Währung ist dabei der sogenannte »Tausenderpreis«: Werbung einer bestimmten Länge kostet soundsoviel DM pro tausend Zuschauer in einem bestimmten Programmumfeld. Je mehr Zuschauer also – dies ist die innere Logik – einen Fernsehbeitrag sehen, desto teurer ist die Werbung im Umfeld, desto mehr also kann der Fernsehanbieter durch Werbegelder verdienen. Deswegen sind attraktive Stoffe begehrt, wobei attraktiv hier kein Wertbegriff ist, sondern die empirische Feststellung von Quantitäten. Und da Fernsehsender nicht alle publikumsattraktiven Stoffe selbst produzieren können (was personal- und kostenintensiv wäre), müssen solche Produk-

tionen gekauft werden. Verständlicherweise (und ökonomisch sinnvollerweise) sind Stoffe und Produktionen begehrt, die preiswert sind und viel Publikum ziehen, und zwar möglichst kontinuierlich. Von daher haben Serien in diesem Geschäft einen hohen Stellenwert. Die Produkte müssen, wie eben beschrieben, an die TV-Sender verkauft werden, und deswegen werden die Produkte so gestaltet, daß sie hohe Marktanteile (Marktanteil = prozentualer Anteil der Zeit der Zuwendung zu einem bestimmten Medienangebot an der Gesamtzeit der Zuwendung aller Menschen einer definierten Bevölkerung zum Medienangebot insgesamt) und damit lohnende Gewinne erzielen. Da lustbetonte, spannende, emotional aufgeheizte Stoffe eher Aussicht auf Abnahme haben als rationale oder ausgeglichene und positive, kommen jene wesentlich häufiger vor. Auch das aus kirchlicher Sicht inhaltlich fragwürdige oder verwerfliche Produkt findet viel mehr Interesse beim breiten Publikum als die aus kirchlicher Sicht positive Geschichte. Mit Rücksicht auf die Verkaufbarkeit der Produkte ist die TV-Story aus der Sicht kirchlicher Normierung oft verstoß- oder devianzorientiert. Dies läßt vielfach den Eindruck entstehen, als verherrlichten die Medien sogar das deviante Verhalten. So meint Matussek: »Das exzentrisch Böse wird ebenso gefeiert wie das Peinliche, Groteske, Gemeine. Wie eine mörderische Wiederkehr des Verdrängten werden nun Inzest, Ehebruch, Freßsucht, Verstümmelungen und Perversionen zur Massenunterhaltung aufbereitet.«⁸

Ein weiteres methodisches Element: In den moralischen Medienstoffen dominiert die Erzählung. Es werden nicht Normen vorgelegt und erläutert, wie dies in der »scholastischen« lehrhaften kirchlichen Moralverkündigung meist der Fall ist, sondern agierende Personen dramatisch in Szene gesetzt. Der Typus »Geschichten, die das Leben schreibt« dominiert über Erzählungen, die Normen illustrieren sollen. Widersprüche, Rätselhaftes und Dunkles (Schillers »Dionysisches«) erhalten das Übergewicht über das Rationale, Klare und Sonnenhafte (das »Apollinische«).

Dies hängt auch damit zusammen, daß hinter den medialen Produkten keine Moralinstanzen gesamtgesellschaftlicher oder politischer Bedeutung stehen, sondern lediglich einzelne Produzenten, im besten Fall Kreative – Schriftsteller, Autoren, Regisseure von Rang –, die zwar immer wieder auch moralische Botschaften unters Volk bringen möchten, aber Gehorsam weder fordern wollen noch fordern können. Im Gegenteil: Meist verstehen sie sich als Avantgarde freiheitlicher gesellschaftlicher Prozesse, denen sie mit ihrer künstlerischen Aussage den Weg bereiten wollen. Dadurch entsteht aber für den Beobachter, der »die« Moral der Medien herausfinden möchte, der (zutreffende) Eindruck, daß diese Medienmoral ein relativ beliebiges Konglomerat von Ansichten, Positionen und Postulaten darstellt, ein Panoptikum von Moralen (»Moral« in der Mehrzahl und Vielzahl) mit

einem fatalen Hang zur Devianz, freigegeben zur Besichtigung und zur Verwendung nach Belieben.

Von Zielen medialer Moralkommunikation kann man daher nicht sprechen; denn Ziele lassen sich nur aus der Warte einer einheitlichen Sinnprojektion formulieren. Es bleibt allenfalls der Rückgriff auf gesellschaftliche »Aufträge«, wie sie beispielsweise in den Rundfunkgesetzen als Trias von Unterhaltung, Information und Bildung formuliert werden. Ziele im Sinne bewußt angestrebter Verhaltensänderungen gibt es in den Medien kaum; allenfalls kann man in einem einzelnen Produkt, also einem bestimmten Film oder einer bestimmten Serie, eine »Botschaft« ausmachen, die der Produzent mit seiner Produktion transportieren möchte.

Und Wirkungen? Wer sich mit Medienwirkungsforschung beschäftigt,⁹ weiß, ein wie schwieriges Feld damit angesprochen ist. So wundert es nicht, daß in dieser Hinsicht Bedeutungen und Interpretationen vorherrschen, die interesse-geleitet sind. Dabei ist wichtig, von welchem Standpunkt, aus welcher Perspektive heraus mediale Moralkommunikation beurteilt wird. Zur Moralkommunikation der Medien hat die Kirche eine kulturkritische Sicht entwickelt, die in der bürgerlichen Moral eine starke Wirksamkeit entfaltet hat.¹⁰

4. *Die Kirche: Rivalin der Medien in moralischen Fragen?*

Der Kirche als moralischer Instanz mit seelsorgerischem Auftrag kann es nicht gleichgültig sein, wie wichtige moralische Themen öffentlichkeitswirksam bearbeitet und Verhaltensweisen propagiert werden. Insoweit ist auch jüngeren amtlichen Äußerungen der katholischen Kirche zuzustimmen, wenn sie grundsätzlich Verantwortung für den Medienbereich im Leben der Gläubigen übernimmt. Sie muß ihre Sicht der Dinge argumentativ öffentlich vortragen. Es fragt sich nur, wie und aus welchem Geist die Kirche dies tut. Um es vorweg zu sagen: Soweit die Kirche ihre eigene Rolle und die der Medien in der Gesellschaft bei der Moralproduktion als gleich oder ganz ähnlich ansieht und so die Medien als Rivalen bei der Sinnproduktion versteht, irrt sie. Eine Revision kirchlichen Medienverständnisses könnte da helfen.

Die überkommene kirchliche Sicht der Medien speist sich – kulturhistorisch gesehen – weithin aus einer skeptischen Beurteilung all dessen, was mit Spektakel, Schauspiel, Unterhaltung und ähnlichen mediennahen Veranstaltungen und Inszenierungen zu tun hat – wie sehr auch oft kirchliche Aktivitäten, rein formal gesehen, »weltlichen« Inszenierungen sehr ähneln, zum Beispiel Prozession und Demo.¹¹ Weltliche Spektakel werden in kirchlicher Sicht als Gefährdung der moralischen Substanz gesehen, moralischer

Verfall wird ursächlich auf solche Veranstaltungen zurückgeführt. Deswegen gab es vielfach Verbote für Kirchenangehörige, solche Spektakel zu besuchen; wer es dennoch tat, wurde mit Sanktionen belegt. »Verführung« war das Vergehen, dessen die Veranstalter beschuldigt wurden. Berufe mit Tätigkeiten in diesen weltlichen Veranstaltungen wurden als moralisch zweifelhaft angesehen. Von den Beschuldigungen des Sokrates über die Vorwürfe des (bekehrten) Augustinus bis hin zu manchen Blasphemie-Vorwürfen heutiger Christen¹² zieht sich eine eindeutige kritisch-pessimistische Linie im Bezug auf die Medien generell, besonders aber auf deren Moralkommunikation. Eine entsprechende Reaktion ließ nie auf sich warten; sie richtete sich gegen die kirchlicherseits verkündete, oft mit Rechtsanktionen bewehrte Moral¹³, die zudem als herrschende Moral mit der bürgerlichen identifiziert und mit ihr heftigst abgelehnt wurde (F. Nietzsche). Künstler und Filmschaffende denunzierten deren destruktiven Charakter. Vor allem psychoanalytisch und psychotherapeutisch orientierte Publizisten (wie Tilmann Moser, Horst-Eberhard Richter oder Eugen Drewermann) griffen in ihren Schriften das Thema des Leidens an der kirchlichen Moral auf und kritisierten die Berufung kirchlicher Normsetzer auf einen Gott, der mit seinen Normen den Menschen knechtete, statt ihn sich in Freiheit entfalten zu lassen – hier zeigte die Psychoanalyse ihre volle Wirkung. Film- und Fernsehregisseure nahmen sich dieser Art von Religionskritik an.

Besondere Beachtung fand auf beiden Seiten der Bereich des Geschlechtlichen und des Sexuellen. Die katholische Kirche hält hier derzeit fest an einer Lehre, derzufolge die (biologische) Natur und die biblischen Texte das Wesen des geschlechtlichen und sexuellen Lebens klar erkennen lassen; und aufgrund dieser Erkenntnis legt die Kirche die Normen für diesen Bereich den Gläubigen im Gewissen verpflichtend vor. Demgegenüber bearbeiten die Medien dieses Thema nicht normativ, sondern mit ihrer spezifischen Methode: durch ständige kontroverse Darstellung in verschiedensten Kontexten, ohne eine verpflichtend-normative Autorität, freizügig *im Prinzip*.

Kirche und Medien: Beide sind zweifellos wichtige »Sozialisationsinstanzen«. Welchem »Lehrer« soll man sich zuwenden? Soll man sich entscheiden nach Beantwortung der Frage, ob sie die Menschheit besser oder schlechter machen? Die weit verbreitete Antwort darauf lautet: Die Kirche hält die Menschen dazu an, sich zu bessern; die Medien dagegen zeigen so viel moralisch Schlechtes, daß die Menschen vom Zuschauen sicher nicht besser, sondern schlechter werden. So einfach kann man es sich jedoch bei näherem Hinsehen nicht machen. Denn die Moralverkündigung der (katholischen) Kirche ist – was die zugrundeliegende normative Struktur angeht – umstritten; in einzelnen ihr selbst wichtigen inhaltlichen Punkten, etwa der Sexualmoral, wird sie von weiten Bevölkerungskreisen, ja sogar

innerhalb der katholischen Kirche selbst, negativ bewertet und theoretisch wie in der Praxis abgelehnt. Das heißt: Die moralischen Einflüsse der Kirche werden keinesfalls nur einhellig positiv bewertet. Auf der anderen Seite sind die Medien keinesfalls nur moralisch negativ zu bewerten. Sie präsentieren durchaus auch positive Gestalten und propagieren damit »prosoziales« Verhalten. Sie greifen beispielsweise breitenwirksam Mißstände auf und tragen damit zu positiven Veränderungen bei; die Stars, die von den Medien zu Stars gemacht werden, fallen moralisch nicht nur negativ auf, sondern geben nicht selten auch Anstöße zu einem moralisch guten Verhalten (beispielsweise zur Hilfe für Arme und Hungernde) in Kreisen, die durch die kirchliche Moralverkündigung längst nicht mehr erreichbar sind.

Diese einfache, unvollständige Problematisierung eines Stereotyps (Kirchen moralisch gut, Medien moralisch schlecht) zeigt, daß man nur mit einer differenzierten Analyse weiterkommt. Sie müßte auf einigen Grundeinsichten fußen. Diese ist eine davon: Gut und Böse sind Elemente des menschlichen Lebens. Oder mit den Worten eines Songs des Rocksängers Ronnie James Dio: »I'm hungry for heaven, but I need a little bit of hell«. Himmel und Hölle sind dabei Chiffren für die Dynamik menschlicher Freiheit. Wird die Hölle verdrängt, wird das Dunkle im Leben zu stark. Wird die Hölle zum Ziel, wird das Leben zerstört. Die Medien können immer wieder – sozusagen in Serie – die menschlichen Möglichkeiten »in tausend Bildern« aufbereiten, gleichsam recyceln, Optionen, Entscheidungen und Folgen sichtbar machen, Gelegenheiten zu Debatten geben, in denen sich die »Rezipienten« damit auseinandersetzen, darüber sprechen.¹⁴ Das tun die Medien, buchstäblich »rund um die Uhr«. Ein festes Normensystem, an das sich der Mensch halten könnte, oder besser gesagt: Wegweisung zu einem sinnvollen Leben liefern sie jedenfalls nicht, dazu sind sie nicht imstande. Die muß er sich selbst suchen: bei weisen Menschen, bei Vorbildern, warum nicht auch in der biblischen Weisung und kirchlichen Lehre? Hier hat die Kirche ihr eigenes, spezifisches Feld.

Würden Kirche und Medien alte Gegnerschaften aufarbeiten, käme es zu guten Ergebnissen. Die kirchliche Moralkommunikation könnte ihre dramatische Seite wiedergewinnen, d.h. sie könnte aus dem Status einer Moraldoktrin heraustreten, die langweilig ist, weil sie belehrt. Kirchliche Moralverkündigung müßte neu erfahrbar machen, daß jedes menschliche Leben Teil eines universellen Dramas ist, das einerseits in Kämpfen angelegt ist, die in mythischen Bildern und Erzählungen geschildert werden, andererseits in Lebensgeschichten, die oft eher schicksalhaft-schuldhaft verschlungen als geradlinig verlaufen. Die Kirche sollte in der medialen Aufbereitung von Moralthemen eher einen täglich aktualisierten Erfahrungsschatz (wie es die Beichtpraxis für die Priester war und ist) sehen als ein Konkurrenzunternehmen *in moralibus*.

Die Medien als solche sind keine geeigneten Adressaten einer Aufforderung zur gesellschaftlichen Sinnproduktion (wenn auch einzelne Künstler und Kreative sich immer dem moralischen Gewissen verpflichtet gefühlt und mit Hingabe an moralischen Stoffen gearbeitet haben). Adressaten der Besinnung sind vielmehr die Hörer, Zuschauer und Leser selbst. Für sie gilt es, die Medieninhalte – »gute« wie »böse« – zu sortieren und in der Beschäftigung mit ihnen das eigene Sinnpotential zu aktivieren und von innen heraus eine Ordnung und Integration von Lebenserfahrungen zu suchen: ein wichtiges Anliegen für medienpädagogische Arbeit, vor allem (aber nicht nur) mit Jugendlichen.¹⁵

Was folgt aus all dem für eine kirchliche Betrachtungsweise des Themas dieses »Communio«-Heftes, eheliche Treue und Ehebruch? Erstens sollte die Kirche die vielfältigen Darstellungsweisen des Thema zulassen, nicht nur, weil sie die Darstellungen nicht verhindern kann, sondern weil die Menschheit von der öffentlichen Darstellung moralisch relevanter Themen nur profitieren kann. Gesellschaftliches Moralbewußtsein entwickelt sich heute eben nicht mehr durch Moralpredigt einer noch so ehrenwerten Institution, sondern durch die anschauliche Darstellung der moralrelevanten Felder (Beispiel für das, was hier gemeint ist: die Darstellung mafiöser Verhältnisse im Deutschland von heute in dem Mehrteiler *Der Schattenmann*). – Zweitens sollte die Kirche sich nicht entrüstet von Darstellungen devianter Verhaltensweisen abwenden, sondern die Chance ergreifen, die in ihnen liegt. Eheliche Treue, wie sie die Kirche im Bund Gottes mit den Menschen als Heilszusage begründet sieht¹⁶, ist wirklich ein attraktives Ideal, zumal in einer Gesellschaft wie der unsrigen, die Mobilität und Flexibilität auf ihre Fahnen geschrieben hat. Die humane Qualität eines Treuverhaltens, das als sakramental-symbolische *performance* unverbrüchlicher Gottestreue theologisch motiviert und als solches medial schlecht darstellbar ist, läßt sich ja in den audiovisuellen Erzählungen sehr wohl darstellen (etwa im Konflikt zwischen Leidenschaft und ärztlicher Pflichterfüllung, wie eingangs geschildert). – Drittens liegt die große Chance für eine moderne kirchliche Ehe- und Sexualpädagogik vor allem in einer medialen Umgebung, die von belanglosestem Talk geprägt ist und von Moderatorinnen und Moderatoren, die Nikolaus von Festenberg als »Seichtväter und Bettschwestern« bezeichnet.¹⁷ Im Kontrast dazu eine Moral zu entwickeln und zu predigen, die von verantwortlichem Gebrauch der Freiheit einschließlich reifen Bindungsverhaltens und Zueinanderstehens »in guten und in schlechten Tagen« ihre sittliche Qualität bezieht, kann ein großer Gewinn sein. Hierbei muß freilich auch der Leidenschaft, ihrem Stellenwert im menschlichen Leben und ihrer beziehungsstiftenden wie beziehungsstiftenden Kraft Aufmerksamkeit geschenkt werden.¹⁸ – Viertens und abschließend: Moral entsteht öffentlich in einem Prozeß, in den sich prinzipiell alle Menschen

einbringen können; »Öffentlichkeit ist ein immanentes Moment der Ethik selbst.«¹⁹ Kirchliche Moral ist nur in dem Maß künftig noch gesellschaftlich wirksam, als sie ihre Anliegen und Begründungen plausibel zu machen und so darzustellen versteht. Die audiovisuellen Darbietungen des Themas Ehebruch mit den oben beschriebenen medienspezifischen Engführungen werden wohl nur selten der Wirklichkeit gerecht, die sie nach allgemeinem Verständnis vermitteln sollen. Dies gilt vor allem im Bezug auf die Folgen eines Ehebruchs aus Leidenschaft: ein Partner wird verlassen, Kinder bleiben zurück – Leidenschaft schafft auch Leid. Darstellungen der Untreue von Verheirateten in Film und Fernsehen können für die kirchliche Moral-kommunikation nicht zuletzt eine öffentliche *occasio proxima* sein: ein alltäglicher Anlaß, sich für die Opfer ehelicher Untreue durch Hinweis auf die negativen Konsequenzen einzusetzen, die so mancher/so manche nicht bedenkt, wenn er/sie seinem/ihrem Glücksverlangen nachgibt.

ANMERKUNGEN

1 C. Goldner, Meiser, Fliege und Co. – Ersatztherapeuten ohne Ethik, in: *Psychologie heute*, Juni 1966, S. 20–27 (Statistik S. 25). – Zu den TV-Talkformaten im allgemeinen siehe beispielsweise Heft 26 (Nov.-Dez.) 1996 von *agenda* mit dem Titel: »Ende aller Tabus?«, und in Verbindung damit den Bericht über die Marler Tage der Fernsehkultur von Uwe Kammann in: *epd/Kirche und Rundfunk* Nr. 87 vom 6. November 1996.

2 Gesehen haben diesen Film mit Ehebruchs-Episoden »in flagranti« 6,32 Mio. TV-Zuschauer, darunter immerhin auch 280000 Kinder; der erreichte Marktanteil (= Anteil an der Gesamtsehndauer zu dieser Zeit) betrug stolze 20,1 %.

3 BUNTE vom 30. Oktober 1996, S. 72.

4 Vgl. für die Anfangszeit, vor Karl dem Großen, neuerdings P. Brown, Die Entstehung des christlichen Europa. München 1996.

5 Zu den hier verwendeten kommunikationswissenschaftlichen Begriffen vgl. G. Maletzke, Psychologie der Massenkommunikation. Hamburg 1963.

6 Vgl. J. Westerberkey, Das Geheimnis. Opladen 1991.

7 Zum interessanten Werdegang des heute Siebzigjährigen vgl. L. Kirch, Kunstfreund und Harardeur, in: H. J. Jakobs/U. Müller, Augstein, Springer & Co. Deutsche Mediendynastien. Zürich 1990, S. 252–284.

8 Matthias Matussek über den »Triumph des Vulgären«, in: *Der Spiegel*, 38/1994.

9 Vgl. zum Beispiel die Hefte 3 und 4/95 der Fachzeitschrift *medien praktisch*.

10 B. Hoffmann, Medienpädagogik im kirchlichen Feld: Entwicklungen, Konturen, Probleme, Perspektiven. München 1993. – Für den Bereich der Moralpädagogik vgl. K. E. Nipkow, Moralerziehung. Pädagogische und theologische Antworten. Gütersloh 1981. – Zur Auseinandersetzung mit den (auch kirchlich geprägten) Denkmustern der Auseinandersetzung mit der »Moral der Medien« am Beispiel der Filmkritik vgl. Th. Hausmanner, Kritik der medienethischen Vernunft. Die ethische Diskussion über den Film in Deutschland im 20. Jahrhundert. München 1993.

11 Arno Schilson hat sich mit solchen Parallelen jüngst intensiv beschäftigt, z. B. in: *Herder*

Korrespondenz 12/1996, S. 623–629, und wird darüber in diesem Jahr ein Buch veröffentlichten.

12 Vgl. G. Schmied/W. Wunden, Gotteslästerung? Vom Umgang mit Blasphemien heute. Mainz 1996 (hrsg. v. Bischöflichen Ordinariat der Diözese Mainz in der Schriftenreihe »Mainzer Perspektiven, Orientierungen« Nr. 3).

13 Bishin zur Indizierung, vgl. Art. »Index der verbotenen Bücher«, in: LThK 5 (1996), Sp. 445–448.

14 Die »Anschlußkommunikationen«, von denen die moderne Kommunikationswissenschaft spricht; vgl. N. Luhmann, Die Realität der Massenmedien. Opladen 1996 (2., erweiterte Auflage).

15 H. Hoekstra, Audiovisuelle Sprache und Kultur – Moralische Bildung, in: U. F. Schmälzle (Hrsg.), Neue Medien – Mehr Verantwortung! Analysen und pädagogische Handreichungen zur ethischen Medienerziehung in Schule und Jugendarbeit. Bonn (Bundeszentrale für politische Bildung) 1992, S. 73–98. – Siehe auch die Hinweise von Rüdiger Funiok zur werterzieherischen Medienpädagogik in der Schule unter dem Titel »Über Medien auf Werte zu sprechen kommen«, in: *medien praktisch* (diese ausgezeichnete Medien-Fachzeitschrift erscheint im Gemeinschaftswerk der evangelischen Publizistik, Frankfurt a. M.), Heft 4/96, S. 19–22, 1/97, S. 53–56). – Zum weiten Feld medienethischer Bemühungen siehe vor allem Ph. J. Rossi/P. A. Soukup (ed.): *Mass Media and the Moral Imagination*. Kansas City 1994 (dieses Buch ist hervorgegangen aus einem Seminar in der Villa Cavaletti des P. Generals des Jesuitenordens); die Publikationen des Autors dieses Beitrags (als Herausgeber): »Medien zwischen Markt und Moral« (1989), »Öffentlichkeit und Kommunikationskultur« (1994) und zuletzt »Wahrheit als Medienqualität« (1996); schließlich J. Wilke (Hrsg.), *Ethik der Massenmedien*. Wien 1996.

16 Vgl. *Katechismus der Katholischen Kirche*. München 1993, S. 431 ff.: Artikel 7: Das Sakrament der Ehe.

17 »Amor trägt Trauerflor« – Nikolaus von Festenberg über den Sex in deutschen TV-Talkshows, in: *Der Spiegel* 23/1996, S. 132–136.

18 Dazu sehr anschaulich S. Freud, *Meine drei Mütter und andere Leidenschaften*. Düsseldorf² 1989, S. 78, insbes. ab S. 94: Außereheliche Leidenschaft.

19 G. W. Hunold: »Die Einsamkeit außen« – Öffentlichkeit als Thema ethischer Reflexion, in: W. Wunden (Hrsg.), *Öffentlichkeit und Kommunikationskultur*. Hamburg/Stuttgart/Frankfurt 1994, S. 139–150 (hier S. 140).