SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

Trauung, Trost und Wunder: Formen, Praktiken und Funktion des Religösen im Fernsehen

Reichertz, Jo

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Reichertz, J. (1996). Trauung, Trost und Wunder: Formen, Praktiken und Funktion des Religösen im Fernsehen. *Medien praktisch : medienpädagogische Zeitschrift für die Praxis*, *20*(4), 4-10. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-30697

Nutzungsbedingungen:
Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de

Terms of use:
This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Comercial-NoDerivatives). For more Information see:
https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0

gesis Leibniz-Institut für Sozialwissenschaften

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Trauung, Trost und Wunder

Formen, Praktiken und Funktion des Religiösen im Fernsehen

Jo Reichertz

„Ich will nicht ins Paradies, wenn der Weg dorthin so schwierig ist, wenn ich nicht reindarf, wie ich bin, bleibe ich draußen vor der Tür."

Die Toten Hosen: *Opium fürs Volk*

Vom ersten Moment seiner Existenz an war das Fernsehen schon mehr als nur das berühmte „Fenster zur Welt", also ein Medium der Fernanwesenheit, das dem Nutzer erlaubt, auch das zu sehen, was sich in weiter Ferne ereignet. Fernsehen war auch immer mehr als nur ein kommerzielles „Schaufenster", in dem die Waren dieser Welt und die an sie gehefteten Glücks- und Heilsversprechungen ausgestellt wurden. Fernsehen bot statt dessen seit jeher den Menschen vor dem Bildschirm auch etwas zutiefst Religiöses an.

Fernsehen als „ethische Vermittlungsinstanz"

Damit ist zwar auch, aber nicht alleine gemeint, daß Geistliche von der Fernsehkanzel das *Wort zum Sonntag* sprechen, daß immer wieder festliche Pontifikalämter live versendet werden, daß der Papst zu jedem Neujahrsfest via TV seinen Segen der Weltöffentlichkeit zukommen läßt, daß christliche Fernseh-Magazine die Botschaft Christi in zeitgemäßer Form übermitteln wollen, daß biblisches Geschehen mit den Mitteln Hollywoods inszeniert und ausgestrahlt wird oder daß uns die Darstellung (evangelischer wie katholischer) Würdenträger in einer Vielzahl von Serien Einblick in den seelsorgerischen Alltag gewährt. Das sind alles nur die sichtbaren Formen des explizit Kirchlichen und Religiösen im Fernsehen.

Diese Formen sollten und sollen vor allem die Zuschauer zu Hause vor dem Bildschirm (jenseits und zusätzlich zu der „communio" in der steinernen Kathedrale) zur Kommunikation einladen, und natürlich wollen solche Formen auch verkündigen. Wenn man so will: Die Kirche verließ schon bald nach der Entwicklung des Fernsehens ihr Haus und suchte die Medien auf. Besonders erfolgreich im Hinblick auf die vermehrte Übernahme christlichen Glaubens waren diese Sendungen in der Regel jedoch nicht. Deshalb gibt es heute kaum noch einen Kirchenvertreter, der sich vom Fernsehen das verspricht, was einst Luther sich vom Buche erhoffte, nämlich, daß Gott selbst der Menschheit die Druckkunst als „höchstes und letztes Geschenk zur Verbreitung des wahren Glaubens gegeben" habe (vgl. Hungar 1996, S. 109).

Neben den ausdrücklich als „religiös" gerahmten Formen und Formaten strahlte das Fernsehen an die verstreute Fernseh-Gemeinde von Beginn an auch Botschaften aus, die sich erst bei näherer Betrachtung als „religiös" erweisen. So kamen im Fernsehen immer wieder und kommen auch heute noch in den unterschiedlichsten Ratgebersendungen „Experten" (Wissenschaftler, Journalisten, Theologen, Autodidakten, Sexberater etc.) zu Wort, die ausdrücklich formulier(t)en, was vernünftig, richtig, gut bzw. unsinnig, falsch und böse ist. Hier wird auch zur Besinnung aufgerufen, zur Umkehr, zur Askese und manchmal auch zum Opfer.

Zudem erzählte das Fernsehen schon immer – wenn auch mit (neuen) Mitteln und Bildern – die alten Geschichten von der Herausforderung des Guten durch das Böse, von Probe und Bewährung, von Schuld, Leid, Elend, Tod und Verzweiflung, aber auch von Sühne, Vergebung, Hoffnung, Glück und Liebe. In Spielfilmen und neuerdings vor allem in Serien (*Melrose Place; Beverly Hills, 90210; Lindenstraße; Gute Zeiten – Schlechte Zeiten* etc.) versendet das Fernsehen eine durchaus positive Alltagsethik: Gewalt wird (aller gegenteiligen Befürchtungen zum Trotz) durchweg abgelehnt, das Unmoralische führt nicht zum Erfolg und im übrigen sind „nur die guten Eigenschaften des Menschen im ethisch-moralischen Sinn ... für das Publikum mehrheitsfähig" (Kottlorz 1996, S. 91). Insofern liefert(e) das Fernsehen frei Haus vieles von dem, was früher vor allem von den Priestern im Gotteshaus zu erlangen war: Lebensorientierung und Lebenssinn. Oder anders: Fernsehen besitzt durchaus das Potential, „als ethische Vermittlungsinstanz" (Kottlorz 1993, S. 175) auftreten zu können. Fernsehen bietet mithin unter anderem auch Sinnstiftung und ethische Maßstäbe.

Fernsehwirklichkeit mit „Realitätsakzent"

Das Medium „Fernsehen" gibt mit seinen vielen Vollprogrammen rund um die Uhr, über das Jahr und die Welt hinweg allen Fernsehzuschauern (und mittelbar auch denen, die über kein Fernsehen verfügen) aber noch weiteres – nämlich eine parallel zum wirklichen Leben strukturiert mitlaufende „Fernsehwirklichkeit". In sie kann man sich ständig und immer wieder einklinken. Und im Gegensatz zum unübersichtlich gewordenen „real life" ist die übersichtliche Ordnung in der jenseitigen Medienwelt dem Betrachter gut vertraut. Im Fernsehen dauern Geschichten eine bestimmte Zeit und sie haben ihre Zeit (morgens, abends, nachts). Die versendeten Formen und Formate haben einen festen Rhythmus, manche Sendungen ihren festen Platz. Fernsehen ereignet sich in festen Zyklen. Diese sind dauerhaft, vertraut und verläßlich. Das Medium „Fernsehen" hat eine Liturgie konstituiert (vgl. Thomas 1996), welche den Tag und das Jahr gliedert. Sagten ehemals die Kirchenglocken, was die Stunde geschlagen hatte, so zeigt einem heute ein Blick ins Fernsehen nicht nur die Tageszeit, sondern auch die Jahres- und Festzeit (Weihnachten, Ostern, Karneval) an. Das Fernsehen ist zu einem wichtigen sozialen Zeitgeber (vgl. Neverla 1992) unserer Tage geworden.

Hinzu kommt, daß Fernsehen eine eigene Sinnwelt bildet (vgl. Benedict 1978). Alles, was in diese Sinnwelt eintaucht, wird (auch die Nachrichten und die Reportagen) in gewissem Sinne „unwirklich-real". Es entkoppelt ein Ereignis, das draußen im Alltag mit allen Folgen real bleibt, von seiner medialen Darstellung. Diese Darstellung wird Teil eines Zwischenreichs mit einem eigenen, kaum einschätzbaren „Realitätsakzent". Kaum einschätzbar, weil diese Darstellungen auch nicht rein „fiktional", also frei erfunden sind. Selbst Spielfilme erhalten durch das Medium einen gewissen Wirklichkeitsakzent, sie erscheinen „real-fiktional".

In der Sinnwelt des Fernsehens oszilliert alles zwischen diesen beiden Polen:

zwischen „unwirklich-real" und „real-fiktional". Der Wirklichkeitsanspruch des Alltags ist ausgesetzt, man ist jenseits der Grenze der Wirklichkeit des täglichen Lebens, jedoch noch diesseits der Welt der Märchen - kurz: man bewegt sich im Terrain des „Numinosen", des „Übernatürlichen", einer - um einmal andere Terms zu nutzen - wenn auch technisch erzeugten und vermittelten Transzendenz. Das Fernsehen verzaubert deshalb die in ihm agierenden Akteure zu Medienhelden, Erzählungen geraten zu Mythologien und Legenden, Ikonen werden gezeichnet, magische Praktiken und Rituale ausgeübt. Die Berührung mit dem Fernsehen verleiht allen Dingen (den guten wie den schlechten) einen magischen Glanz, eine Aura.

Das Medium gibt Rat und Trost

Schlußendlich bietet (vor allem seit der Einführung des Privatfernsehens) das Medium seinen NutzerInnen neben der Sinnstiftung, der Vermittlung ethischen Normen, der Bereitstellung einer dauerhaften und verläßlichen Liturgie und der Auratisierung der in ihm Erscheinenden eine Fülle neuartiger Serviceleistungen an: Es spricht nämlich nicht mehr allein zu dem verstreuten Fernsehvolk, sondern es hat die Pforten zu den Fernsehstudios für (fast) jedes Gemeindemitglied weit geöffnet. Das Medium „Fernsehen" empfängt einzelne Menschen mit offenen Armen, hört viele an, gibt Rat und Trost (manchmal auch Geld), vermittelt bei Konflikten, bahnt Beziehungen an und „segnet" sie medial ein, und das Medium stellt Formen und Rituale bereit, die Menschen benutzen können, ihr Leben zu gestalten und zu ändern.

- So können z.B. Mann und Frau sich mittlerweile im Fernsehen „richtig" trauen lassen (*Traumhochzeit*). Ein Fernseh-Standesbeamter spricht in dieser Sendung vor laufender Kamera die (rechtlich völlig unverbindlichen) Worte „Hiermit sind Sie Mann und Frau", und die so Angesprochenen tauschen Eheringe und fühlen sich danach „richtig" verheiratet (vgl. Reichertz 1993, 1994a, 1995). Und weil der größte Wunsch der lesbischen Marion, nämlich ihre Freundin Corrie zu heiraten, mit der Kirche nicht zu machen war, arrangiert sie in der *Traumhochzeit* vor großem Publikum und in prunkvollem Brautkleid zumindest eine „symbolische Trauung".
- ShowmoderatorInnen hören sich tagtäglich von ganz normalen Menschen an, daß z.B. man noch nie mit einer Frau, dafür aber schon mit einer Vielzahl von Schafen und Pferden Geschlechtsverkehr gehabt habe oder daß frau keinen Orgasmus bekommen und nicht mit ihrem Mann darüber sprechen könne oder daß man das gemeinsame Geld und Haus verspielt und/oder vertrunken habe oder daß man die Frau und diese wiederum die eigenen Kinder mißhandelt habe.

Denen, die auf diese Weise öffentlich beichten, wird in der Regel nicht nur großes Verständnis entgegengebracht, sondern sie können (äußern sie nur ein wenig Reue) der bußfreien Vergebung durch die ModeratorInnen bzw. der Eingemeindung durch Experten (vgl. hierzu Kade/Lüders 1996) sicher sein. Öffentlich Sündiges bekennen und Vergebung erlangen kann man in Sendungen wie *Verzeih mir* und *Nur die Liebe zählt* (vgl. Keppler 1994, Reichertz 1994b).

Manchmal lassen sich auch Talk-Shows wie *Meiser, Ilona Christen*(!), *Fliege* (letzterer ein amtierender Pfarrer) für die öffentliche Beichte nutzen. Meist fühlen sich die so „Beichtenden" nach der öffentlichen Ausstrahlung „ihrer" Sendung „befreit". Aber in Talk-Shows kann man nicht nur beichten, man kann sich auch öffentlich bekennen („ich bin schwul"), sich selbst-verpflichten („ich werde zu meiner Entscheidung stehen"), sich an die Nahestehenden wenden, die einem im Alltag schon lange nicht mehr zuhören („Vater, akzeptier' mein Anderssein"), man kann anderen Mut zusprechen, um Unterstützung bitten und auch Gleichgesinnte suchen.

- Wer will, kann auch Wunder erbitten und auch erleben (*Laß Dich überraschen; Bitte melde Dich; Surprise, Surprise*). So kann der, welcher sich z.B. öffentlich und tränenreich darüber grämt, daß er die geliebte Mutter (oder andere nahe Verwandte) im fernen Chile, Australien etc. schon seit zwei Jahrzehnten nicht mehr gesehen habe, das Wunder erleben, daß ebendiese Personen plötzlich neben ihm Gestalt annehmen. Oder Bogumilla Reiche aus Krakau, die gern mit ihrem früheren Religionslehrer und jetzigem Papst über ihre gemeinsame Vergangenheit gesprochen hätte, erfährt das Wunder eines kurzen (fernsehöffentlichen) Zwiegesprächs mit dem Stellvertreter Gottes auf Erden.
- Wer Freude am Helfen hat, kann dies ausgiebig tun, wenn eine sehr erfolgreiche Moderatorin ihrer „Gemeinde" einfühlsam vom schweren Schicksal be-

FOTOS: RTL

Traumhochzeit. Symbolische Trauung von zwei lesbischen Frauen

stimmter Personen berichtet. Spenden aller Art (Geld, Blut, Wohnungs- und Arbeitsangebote etc.) werden eingeworben und natürlich auch gerne genommen. Und natürlich können auch die vom Leid Betroffenen im Fernsehstudio Trost, Hoffnung und Unterstützung erlangen *(Schreinemakers live).* Diese Sendung der ehemaligen Schwesternschülerin ist im übrigen ein schönes Beispiel christlicher Gemeindearbeit zu Zeiten allgegenwärtiger Fernsehpräsenz.

Die Menschen, die in einer der oben genannten Fernsehsendungen auftreten, zahlen dafür kein Geld - meist erhalten sie auch keins (Ausnahme: *Traumhochzeit,* ansonsten werden nur Übernachtungs- und Reisekosten übernommen) -, alle treten absolut freiwillig

auf. Allerdings zahlen die KandidatInnen in anderer Währung: Sie erkaufen die Präsenz im Fernsehen mit einem dramatischen Einbruch in ihre Privatsphäre. So müssen sie vor den Augen und Ohren von Millionen Zuschauern (Bekannten wie Fremden) öffentlich weinen, sich freuen, die Fassung verlieren, jemanden die Liebe gestehen oder sich geächteter Abscheulichkeiten bezichtigen - alles Dinge, die man/frau ansonsten nur vor den Augen und Ohren sehr weniger und vertrauter Menschen tut. Das machten - allein in den deutschen Talk-Shows - im letzten Jahr etwa 26 000 Menschen. Tendenz: steigend. Insgesamt sind zur Zeit - glaubt man einer repräsentativen Umfrage des *Forsa-Instituts* vom März 1996 - immerhin 13 Prozent der Deutschen über 14 Jahren bereit, fernsehöffentlich Privates auszubreiten. Die Frage ist nun, weshalb immer mehr Menschen sich in die Medien (Radio, Fernsehen) wagen und wichtiger: sich selbst in den Medien riskieren.

Zur Motivation von Fernsehauftritten

Sucht man nach einer Antwort auf diese Frage, dann sind auf den ersten Blick die gängigen Erklärungen scheinbar naheliegend und zutreffend. So unterstellen vor allem Kultur- und Medienkritiker Pathologisches als Handlungsursache. Geltungssucht oder noch ärger, eine spezielle Form des Irreseins, Exhibitionismus nämlich, wird als Erklärung für ein solches Verhalten des öfteren und schon seit geraumer Zeit bemüht. So kommt für Günter Anders in dem fernsehöffentlichen Bekenntnis eine für moderne Gesellschaften typische „Ent-Schämung" zum Ausdruck: Jeder wird genötigt, sich selbst durch öffentliche Schamlosigkeit „zum Mitarbeiter an seiner eigenen Deprivatisierung zu machen" (Anders 1984, S. 237). Für andere signalisiert der massenhafte Wunsch des gemeinen Volkes, in und mit dem Fernsehen etwas Privates zu sagen, den Verlust der Distanz, bedingt durch den Zwang zur immerwährenden Aufrichtigkeit (Luthe 1985) oder gar die „Tyrannei der Intimität" (Sennett 1983, Trilling 1983)? Und nach Habermas sitzen die „Kandidaten" solcher Sendungen tatsächlich der „Illusion der intimen Öffentlichkeit" (Habermas 1973, S. 51) auf, die der Frankfurter Philosoph (im Visier die Vielzahl der Beratungskolumnen in Zeitschriften) auf folgende Weise beschreibt:

> Print-Medien suggerieren dem Leser meist, „daß die Zeitung selbst ein intimer Ort ist. ... so schütten die Leser denn ihr Herz aus und fühlen sich ganz ‚privat', während im Helldunkel des scheinfamiliären Klimas Neugier und Anteilnahme ineinanderfließen. Man ist ‚ganz unter sich', ein Marktplatz wird als Sprechzimmer illuminiert, die Öffentlichkeit ist Bestandteil der Intimssphäre geworden" (ebd.).

Andere Kritiker haben gar eine neue Krankheit als Ursache solch abnormalen Tuns ausgemacht:

> „Alle inneren Immunsysteme sind offenbar zusammengebrochen. Man könnte probehalber von seelischem Aids sprechen" (zitiert nach Gerbert 1993, S. 113).

Diese Kritiker vermessen m.E. mit den Standards des Vergangenen die Gegenwart und kommen zu dem (sie pessimistisch stimmenden) Ergebnis, daß das Gegenwärtige nicht mehr so wie das Vergangene ist. Und da sie nur nach Verlusten suchen und die Gewinne übersehen, ist eine solche „Diagnose" zwar für einige wohltuend. Leider erbringen solche Zeitbefunde wenig für die Rekonstruktion der „Sinnhaftigkeit" von Handlungen.

In der Literatur kann man in den letzten Jahren oft noch eine zweite Erklärung finden. Demnach ist ein solches Tun Ausdruck der Neigung des (in der Erlebnisgesellschaft befindlichen) modernen Menschen, sich durch öffentliche „positive life events" das Leben zu verzaubern. Im Mittelpunkt solcher Deutungen findet sich ein egozentrisches Subjekt, das die vielfältigen Reize von außen (meist Waren oder Medienangebote) vor allem dazu nutzt, sich selbst lustvoll zu stimulieren (in der Hoffnung auf zeitweise Befriedigung). Kurz: Der Fernsehauftritt wäre dann eine „erlebnisrationale" Maßnahme zur Ästhetisierung der Lebenswelt (vgl. Schulze 1993, Keppler 1994). Moderne und erlebnisorientierte Menschen neigen dazu, folgt man einmal dieser Perspektive, sich selbst in Szene zu setzen, Symbole und Rituale zu zitieren und nicht zu leben. Sie kleiden sich nach Gusto aus dem Bestand gesellschaftlicher Symbole ein, schmücken sich mit ihnen, zeigen durch das distanzierende Zitat den Grad der eigenen Individualisierung.

Die Kraft von Symbolen und Riten

Die genaue Betrachtung der Handlungsweisen der Mitspieler solcher Spiel- und Talk-Shows läßt nun leicht erkennen, daß eine solche Erklärung nur zum Teil trifft. Denn den KandidatInnen geht es meist nur nachrangig um den Auftritt im Glitzerlicht, um das prunkvolle Fest und schon gar nicht um das spielerische und schöne Zitat, sondern vor allem um den Ernst und die Kraft der Symbole und Riten. Nicht nur die medialen Liebeserklärungen und das gesamte Trauungszeremoniell, auch die öffentlichen Beicht-, Reue- und Vergebungsrituale, die Appelle an das Mitgefühl und die Einwerbungen von Hilfeleistungen suchen stets Anschluß an gesellschaftliche Symbole und Formate. Auch die Liturgie der einzelnen Sendungen reiht in der Regel eine große Zahl der jeweils für diesen Handlungsbereich relevanten Symbole aneinander (als ob eines oder wenige nicht genügen würden).

So drehen z.B. die MitspielerInnen der *Traumhochzeit* gerade nicht selbstverliebt auf den gesellschaftlichen Symbolen und Riten ihre Pirouetten, sondern sie nehmen sie ernst und folgen ihnen. Nicht spielerische Distanz als Beleg der fortgeschrittenen Individualisierung wird hier gelebt, sondern Integration in die Gesellschaft, nicht die Herrschaft über die Symbole wird demonstriert, sondern - indem ihre verbindliche Macht beschworen wird - Unterordnung. Es wird vor allem ergriffen geweint, bedauert, bereut, bekannt, vergeben, sich geschämt und um Hilfe gebeten - Lächeln und Lachen haben Seltenheitswert. Aber welchen (objektiven) Sinn macht ein solches Tun, für welches Problem ist es eine (wenn auch nur vermeintliche) Lösung? Die Frage ist also: Was schafft das Medium „Fernsehen" für die Akteure an Handlungsgewinn herbei?

Die Antwort auf diese Frage lautet, daß das Medium „Fernsehen" und das von ihm an alle Haushalte Versendete in vielen Punkten dem „Religiösen" äquivalent ist und daß deshalb das Medium das leistet, was ehemals die Religion vollbrachte. Diese These ist nun nicht besonders neu (vgl. vor allem Benedict 1978, Albrecht 1993, Reichertz 1994a und 1995, Bubmann/Müller 1996), und vieles von dem, was eingangs gesagt wurde, ging schon in diese Richtung.

Religion: „Opium des Volkes" oder Sauerstoff der Gattung Mensch?

Johanna Haberer hat in ihrer Darlegung dieser These im Anschluß an die alte Marx-Sentenz „Religion sei Opium des Volkes" festgestellt, in diesem Sinne sei Fernsehen auf jeden Fall Religion (vgl. Haberer 1991, S. 125). Dieses Argument mag zwar vor allem für die Kritiker des Fernsehens überzeugend klin-

gen, es beleuchtet jedoch allein die Folgen der Religion und verdunkelt damit die Ursache, verschüttet somit die konstitutiven Elemente von Religion. Denn bekanntlich hatte schon Marx Unrecht, als er die Religion mit dem Opium gleichsetzte. Gewiß existieren zwischen beiden einige funktionale Äquivalenzen - so wirken Opium wie Religion entrückend, wohltuend und selbstbeschwichtigend.

Doch hinter dieser Metapher - und hier zeigen sich entscheidende Unterschiede - steht zum einen die Idee, daß Religion eine Art Gift oder Droge sei, über deren Gebrauch prinzipiell entschieden werden könne, und zum zweiten steht die Utopie einer aufgeklärten und vernünftigen Gesellschaft dahinter, die behauptet, ohne die Droge „Religion" auskommen zu können. Religion - egal wie sie institutionell in Gesellschaften verankert ist - stellt jedoch beileibe keine Droge dar, deren Konsum die Aufgeklärten verweigern könnten. Religion durchdringt statt dessen bis in die kleinsten Poren alle Bereiche gesellschaftlichen Lebens - in jeder sozialen Herrichtung des menschlichen Körpers ist Religion Gestalt geworden und jeder Sprache ist sie unauslöschlich eingeschrieben. Religion kann nicht abgewählt werden, es kann allein diskutiert werden, welchem religiösen Inhalt (z.B. jenseitig oder innerweltlich) man sich anschließen will. Kurz: Religion ist nicht allein das Opium, sondern auch der Sauerstoff der Gattung „Mensch" - Religion lebt dort, wo Menschen leben, sie ist universal.

Allerdings gilt diese These nur, wenn man bereit ist, das Religiöse nicht substantiell über den festen Bestand religiöser Inhalte, sondern über die Funktion zu definieren - wie dies z.B. Luckmann tut (Luckmann 1991, auch Soeffner 1993).

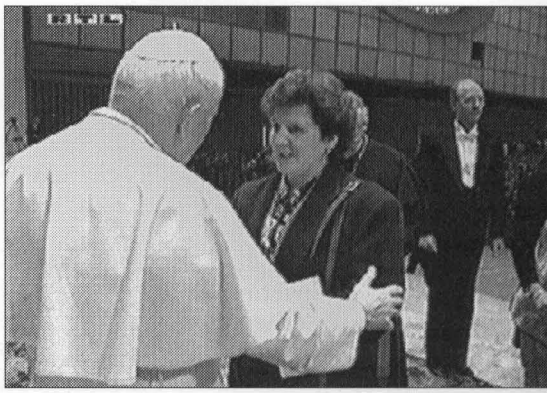
Die zentrale Funktion von Religion besteht demnach darin,„Mitglieder einer natürlichen Gattung in Handelnde innerhalb einer geschichtlich entstandenen gesellschaftlichen Ordnung zu verwandeln. Religion findet sich überall dort, wo aus dem Verhalten der Gattungsmitglieder moralisch beurteilbare Handlungen werden, wo ein Selbst sich in einer Welt findet, die von anderen Wesen bevölkert ist, mit welchen, für welche und gegen welche es in moralisch beurteilbarer Weise handelt" (Luckmann 1991, S. 165).

Entschließt man sich, dieser Umgrenzung von „Religion" zu folgen, dann leistet Religion eine unverzichtbare Hilfe bei der kollektiven wie individuellen Identitätsfindung, bei der Entwicklung individueller und sozial geteilter Handlungsorientierung, bei der Bearbeitung gesellschaftlicher wie individueller Problemlagen und auch bei der Bewältigung von Kontingenz und Transzendenz. Entscheidend ist für die Beurteilung, ob eine organisierte Handlung für das Leben im Alltag die Funktion des Religiösen besitzt, ob sie also in wichtigen Teilen so wirkt wie Religion - Sinn stiftet; nicht nur die Welt nach Gutem und Bösen ordnet, sondern auch die Zeit einteilt; Mythen als Bearbeitungsmuster für zentrale gesellschaftliche Konfliktlagen bereitstellt; die Erfahrung von Transzendenz bearbeitet und den einzelnen in diese ihn übersteigende Welt eingliedert - und all dies leistet Fernsehen bereits.

Konkurrenz auf dem Markt der Sinnstiftung

Aber die Religion (und die Institution „Kirche") bot bislang noch mehr: Sie stellte eine Fülle von ihr entwickelter Formen und Praktiken zur Verfügung, mit deren Hilfe Alltag strukturiert und leichter gemacht wurde. So wurden alle kontigenzanfälligen Ereignisse menschlichen Lebens (Aufnahme in die Gesellschaft, Heirat, Tod etc.) von ihr und ihren Formen begleitet und halbwegs beherrschbar gemacht. Zudem legitimiert sie auch (nach den in die jeweilige Religion eingelassenen Standards) solches menschliche Tun, das sich aus der Befolgung religiöser Standards ableitet.

Halfen also vor allem die christliche Religion und die Institution „Kirche" in den letzten Jahrhunderten bei der Bewältigung von Grenzübergängen und Transzendenzen (Tod, Hochzeit, Geburt, Sinn des Schmerzes, des Lebens etc.), so sind Kirchen mittlerweile jedoch bis auf wenige Feiertage leer, und christliche Handlungsnormen und Glaubensvorstellungen sind porös geworden - so auch die Vorstellung von einer von Gott gewollten lebenslangen Dauer der Ehe oder der Glaube an die befreiende Kraft der katholischen Beichte. Den *Katechismus* schlägt kaum einer auf der Suche nach Weisungen auf, die klassischen religiösen Rituale und Symbole erreichen selten die Augen und die Ohren, aber noch seltener die Körper der Menschen. Noah, Moses, Stephanus, Daniel oder Simon Petrus sind Jugendlichen meist unbekannt, geben also auch keine Lebens- und Bewegungsvorbilder ab, erleuchten und belehren mithin nicht (siehe auch Albrecht 1993, S. 108ff.). Biblische „plots" haben angesichts des massenmedialen Angebots längst ihre Faszinationskraft eingebüßt und die Choreographie christlicher Messen erlangt immer mehr den Charme des Trachtentanzes.



FOTOS: RTL

Surprise, Surprise. **Bogumilla Reiche im Gespräch mit dem Papst**

Die klassische Religion mit ihrem Monopol auf zentrale, stabile und fast universelle Normsetzung verschwimmt immer mehr, wird „unsichtbarer". Auch die alten Konkurrenten (und Nachfolger) der Kirche auf dem Markt der Sinnstiftung, nämlich die Wissenschaft, die Politik, die Pädagogik und die Therapie können die entstandene Sinnstiftungslücke immer weniger schließen und haben deutlich an Überzeugungskraft eingebüßt. Alte und gesellschaftlich wichtige Institutionen (also liebgewonnene und bewährte Gewohnheiten, kollektive

Probleme zu bearbeiten) lösen sich auf, gestalten sich um.

Statt dessen sprießen Surrogate des Religiösen, aber auch Verwandtes und Gleichwertiges - und zwar u.a. Anthroposophie, Ökologie, Fitneß, Erlebnisorientierung, Selbstentfaltung und Selbstverherrlichung, New Age, Ökonomie, die Werbung und natürlich das Fernsehen. Diese liefern spezifische Angebote, wie die Welt, die anderen und der eigene Körper zu sehen und zu behandeln sind, was gesund und was „des Teufels" ist - diese neuen Institutionen sind es, welche die Prinzipien der Lebensführung und der Weltinterpretation formulieren. Was wir zur Zeit erleben, ist die tiefgreifende Umarbeitung der alten und die Gründung von zahlreichen neuen Institutionen. Unklar ist, welche dieser Institution sich mit welchen Funktionen schlußendlich durchsetzen wird.

Allerdings sind die von den neuen Institutionen angebotenen Sinnentwürfe in der Regel dezentral, flexibel und auf bestimmte Gruppen bezogen, kurz: Sinnentwürfe werden privatisiert, somit auch automatisiert.

„Die Gesellschaft und auch die gesellschaftlichen Modellierungsformen Religion und Kultur haben sich von den Kathedralen und öffentlichen Plätzen des Gemeinschaftsglaubens ab- und sich statt dessen den Altären der einzelnen Weltsichten und Lebensentwürfen zugewandt. Private Hausaltäre und Kathedralen kollektiver Traditionen stehen nebeneinander, konkurrieren miteinander und konstituieren die ‚Einheit' moderner Religiosität in der Vielfalt der Religionen und Weltanschauungen" (Soeffner 1993, S. 308).

Die klassischen Sozialisationsagenturen schaffen es dagegen in den modernen Gesellschaften immer weniger, ihren Mitgliedern Handlungsnormen zu vermitteln, die fest und verbindlich an die jeweilige Klasse, die Schicht, den Stand, das Alter, das Geschlecht etc. gebunden sind und die zugleich durch ihre Verankerung in religiös-transzendentalen Sinnhorizonten zweifelfrei legitimiert sind. Statt dessen werden vor allem die Jugendlichen (aber auch die Erwachsenen) mit einer Welt konfrontiert, in der es schier endlose Wahlmöglichkeiten, aber kaum mehr intersubjektiv geteilte Kriterien für eine Wahl gibt.

Der Rationalitätsschub der Moderne und speziell die Verherrlichung der Vernunft in den sechziger Jahren, in dessen Gefolge versucht wurde, menschliche Beziehungen (auch intime) und auch menschliche Grundbefindlichkeiten (Liebe/Haß, Schuld/Vergebung, Leben/Tod, Bindung/Freiheit, gut/böse) vor allem diskursiv und kognitiv zu bearbeiten und mit Hilfe von Vernunft und Verträgen zu gestalten und abzusichern, hat in den neunziger Jahren (auch aufgrund der schlechten Erfahrung mit der „Bindungskraft" von Rationalität) an Überzeugungskraft verloren. Die diskursive Suche nach guten Gründen hat in der Regel nicht eine Lösung erbracht, sondern vor allem die Erkenntnis, daß es für fast alles viele gute Gründe gibt, aber nur für sehr wenig einen „besseren" Grund.

Gesucht werden deshalb wieder neue (und in diesem Falle: alte) Werte, Rituale und Mythen, welche nicht diskursiv, direkt und affektiv Verbindlichkeiten, Hoffnungen, Befürchtungen und auch Ängsten Gestalt(en) geben, und damit die unübersichtlich gewordene Lebenspraxis in eine sinnstiftende Transzendenz einordnen. Wenn man so will: Es wächst der Bedarf an Geboten und Verboten, die sich von selbst verstehen - und die nicht allzu viel Mühe mit sich bringen.

Fernsehen als Lebenshilfe und Sinnlieferant

Von besonderer Bedeutung in dieser Entwicklung ist vor allem das Fernsehen. Es ist wie die Geisteswissenschaften ein unvermeidliches Produkt der Moderne. Der Niedergang der „emphatischen Eindeutigkeit" und der Aufstieg der „Kultur der Vieldeutigkeit" (Marquard 1986, S. 109) ist sowohl Produkt als auch Nährboden für Geisteswissenschaften und Medien. Denn moderne Menschen „brauchen viele Geschichten (und viele Bücher und viele Deutungen), um Individuen zu sein" (ebd., S. 110).

Das Medium „Fernsehen" versendet in einer solchen Situation (wie bereits oben gesagt) eine Fülle von Geschichten, in die eine Vielzahl von Identitätsentwürfen und eine Vielzahl von moralischen Deutungsmustern eingelassen sind. Es liefert mithin ein beachtliches und unverbindliches Angebot von Möglichkeiten zur Sinn-, Norm- und Identitätsbildung (egal für wie wertvoll, nützlich oder moralisch wertvoll man solche Handlungsorientierungen hält), und möglicherweise wird das Fernsehen im Hinblick auf diese Leistungen die klassischen Religionen schon bald überflügeln.

„Die christliche Theologie hat dadurch, daß sie im Raum der Kirche aufgeräumt hat mit den Mythen, dem Fernsehen mit seinen beruhigenden, entlastenden, tröstenden Funktionen das Feld überlassen ... Ein Feld, das die Theologie seit der Aufklärung und besonders in diesem Jahrhundert geräumt hat, ist von denen besetzt worden, die heute das Leben in Geschichten auf den Punkt bringen: den Journalisten, den Filmemachern, den Showmastern und den Regisseuren" (Haberer 1991, S. 125).

Die Bedeutung des Fernsehens ist so groß geworden, weil es

- erstens durch die zahlreichen täglichen 24-Stunden-Programme eine immerwährende und endlose Zeitachse liefert, welche den Tages- und auch den Jahresrhythmus strukturiert, und weil es
- zweitens sich auch inhaltlich auf fast alle Bereiche des alltäglichen Lebens bezieht. Aber Fernsehen versendet nicht mehr allein via Kabel und Satellit „Sinn" an alle, sondern es lädt
- drittens heute unter anderen auch die in die Studios ein, die „mühselig und beladen" sind, und ermöglicht ihnen die Gestaltung ihres Lebens mit Hilfe des Fernsehens.

Fernsehen bezieht sich also nicht mehr auf einzelne (und meist wenig relevante) Teile des alltäglichen Lebens (Freizeit), sondern es ist an jedem Ort des Alltags und zu jeder Zeit zu finden - und es äußerst sich zu fast allen Aspekten menschlichen Lebens, und mit seiner Hilfe läßt sich Leben formen und verändern!

Die Neue Gute Botschaft des Fernsehens

Fazit: Wenn man berücksichtigt, welche Institution in früheren Jahren solche Dienstleistungen angeboten hat, dann kann man feststellen, daß seit einigen Jahren das Fernsehen in seinen Räumen (Studios) zunehmend auch Sinnentwürfe, Inhalte, Symbole, Formen, Formate und Rituale für konkrete einzelne und für das Kollektiv anbietet, die zuvor (fast) exklusiv im Zuständigkeitsbereich der Kirchen lagen. Sehr viele Menschen suchen heute nicht mehr die Kirchen auf, um diese Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen, sondern statt dessen das Fernsehen. Und in vielen Fällen arbeitet das Fernsehen heute effektiver als die Kirche.

Und eingedenk der oben gestellten Frage, weshalb Menschen sich in die Fernsehstudios wagen, kann man m.E. mit guten Gründen sagen, daß die KandidatInnen von *Traumhochzeit, Verzeih*

mir etc. nicht zum Voyeurismus auffordern oder einem als lustvoll empfundenen Exhibitionismus frönen (auch wenn es in Einzelfällen zu solchen Beimischungen kommen mag), auch treibt sie nicht, oder besser: nicht nur die Geld- oder Sensationsgier in die mediale Überhöhung ihres ansonsten trivialen Alltags. Sehr viel wichtiger ist m.E. der Aspekt, daß mit riskanten Fernsehauftritten symbolisches Kapital (moderne Form der „Ehre") erwirtschaftet werden kann (vgl. Vogt 1994). Neben diesen (meist vordergründigen) Motivlagen, bringt die Teilnahme an solchen Sendungen einen beachtlichen Nutzen: Mit Hilfe dieser Fernsehveranstaltungen können die MitspielerInnen nicht nur große Teile ihres Lebens entscheidend gestalten und verändern, sondern auch deutlich verbessern.

- Seit der Einführung des Reality-TV (*Notruf, Retter*) sind im Fernsehen nicht nur „reale" Menschen in Not zu sehen, sondern das Fernsehen zeigt auch, was hilfsbereite Samariter tun können bzw. tun sollten.
- Talk-Shows mit den großen und kleinen Lichtern des Alltags, die über ihre Beziehung zum Partner und über ihr Sexualleben in der gleichen Art und Stimmlage sprechen wie über die Einrichtung ihres Wohnzimmers (*Fliege, Meiser*), und auch die öffentlich inszenierten Psychotherapien mit ihren dauerlächelnden Fernsehpsychologen (wie in der *NDR*-Serie *Ich und Du*) leuchten jede Pore und Hautfalte der Alltagspraxis aus und zeigen dabei, daß Gewöhnliches („Schweißfüße") und Ungewöhnliches („Mein Mann ist eine Frau") durchaus „sinnvoll" sein können und niemand sich für seine Art des Lebens zu schämen hat .
- Die fernsehöffentliche Beichte in *Verzeih mir, Nur die Liebe zählt, Meiser* etc. wird vor allem von denen genutzt, die Schuld auf sich geladen haben, aber nicht mehr an die reinigende Kraft des priesterlichen „ego te absolvo" glauben (können), aber dennoch der Vergebung bedürfen. Das Fernsehen bietet ihnen den Raum für das öffentliche Bekenntnis, für die befreiende Beichte und erteilt die (meist bußfreie) Absolution in schönen und freundlichen Worten (vgl. Keppler 1994, Reichertz 1994b).
- *Schreinemakers live* demonstriert eindrucksvoll, daß man/frau zu Zeiten leerer Kirchen und kleiner werdenden Kirchengemeinden im Falle konkreter und akuter Not besser nicht den örtlichen Pfarrer um Hilfe angeht, sondern daß es sehr viel effektiver ist, sich statt dessen in ein Fernsehstudio zu begeben und sich von der Fernsehgemeinde helfen zu lassen. Diese hilft in der Regel schneller und großzügiger. Und neben der Unterstützung erhalten die, welche mit Leid beladen zur Moderatorin kommen, auch Worte des Trostes und der Zuversicht.
- Sendungen wie *Surprise, Surprise* oder *Laß Dich überraschen* zeigen immer wieder, daß auch heute noch Mirakel und Wunder möglich und machbar sind: daß somit das Leben (egal, wie ausweg- und trostlos es manchmal erscheinen mag) niemals ohne Hoffnung auf Heilung und Glück ist. Somit liefern solche Shows auch Trost, Verheißung und Zuversicht, ohne die das Leben etwas schwerer zu ertragen ist.
- Und den MitspielerInnen bei der *Traumhochzeit* geht es vor allem um die Lösung eines für die einander Liebenden keinesfalls unbedeutenden Problems - nämlich um die Auf-Dauer-Stellung ihrer auf gegenseitiger Liebe basierenden Zweiergemeinschaft. Zu Zeiten der (Post-)Moderne parieren die KandidatInnen der Sendung *Traumhochzeit* das Problem der zweifelhaft gewordenen Kontinuitätssicherheit von Paarbeziehungen mit einem modernen Medium (nämlich dem Fernsehen), wenn auch mit alten, teils archaischen, teils magischen Mitteln (Zeugenschaft, Dokumentation, Symbolaktivierung, Ritualisierung, magische Praktiken, Transzendenzerzeugung). Die Nutzung des Fernsehens durch die MitspielerInnen an der Sendung *Traumhochzeit* ist also letztlich als magische Handlung zu begreifen, welche eine Segnung der Paarbeziehung herbeirufen will, und sie ist - im Hinblick auf dieses Ziel - in den neunziger Jahren des 20. Jahrhunderts möglicherweise effizienter als das Werfen mit Reis, das Durchsägen eines Baumstammes oder sogar die Trauung durch den Priester.

Alle diese Sendungen sind durchtränkt mit der Neuen Guten Botschaft des Fernsehens: Alles ist machbar (und an den wenigen offenen Problemen wird hart und erfolgreich gearbeitet)! Alles wird gut! Das Fernsehen ist für alle da, und egal, was Du getan hast, es gibt jemanden (im Fernsehen), der Dir zuhört, Dich versteht und Dir auch hilft! Fernsehen bietet mithin vieles (also nicht alles) von dem, was bislang die Religion geboten hat, und Fernsehen hilft dort, wo bislang vor allem die Kirche geholfen hat. Verheißung, Vergebung, Verkündigung, Trost, Caritas und Magie haben (wenn auch in neuen Kleidern) ein neues Heim gefunden: Nicht mehr (allein) in der Kirche sind sie ansässig, sondern (auch) im Fernsehstudio.

FOTOS: RTL

Traumhochzeit. **Das Paar fühlt sich nach der Fernsehhochzeit real verheiratet**

Literaturverzeichnis

Albrecht, H. (1993): *Die Religion der Massenmedien.* Stuttgart.

Anders, G. (1984): *Die Antiquiertheit des Menschen.* Band 2: Über die Zerstörung des Lebens im Zeitalter der dritten industriellen Revolution. München.

Beck, U. (1986): *Risikogesellschaft.* Auf dem Wege in eine andere Moderne. Frankfurt a.M.

Benedict, H.-J. (1978): *Fernsehen als Sinnsystem?* In: W. Fischer / W. Marhold (Hrsg.): *Religionssoziologie als Wissensoziologie.* Stuttgart 1978, S. 117-137.

Bubmann, P./P. Müller (Hrsg.) (1996): *Die Zukunft des Fernsehens.* Stuttgart.

Dörner, A. / L. Vogt (1995): *Die Präsenz des Politischen.* In: W. Hofmann (Hrsg.): *Sinnwelt Film.* Baden-Baden 1995, S. 123-158.

Gerbert, F. (1993): *„Nach den Titten jetzt die Tränen".* In: *Focus,* 1993, Heft 4, S. 112-113.

Gugel, K. (1996): *Die Seelenstripper.* Ein Volk im Offenbarungswahn. In: *Kölner Stadtanzeiger* vom 23.3.1996.

Haberer, J. (1991): *Von der Kirchenbank zum Fernsehsessel.* In: C. Eurich/I. de Haen (Hrsg.): *Hören und Sehen.* Stuttgart 1991, S. 119-134.

Habermas, J. (1973): *Arbeit, Freizeit, Konsum - Frühe Aufsätze.* Gravenhage.

Hungar, K. (1996): *Masken und Maskierte.* Wahrnehmungen einer kritischen Medientheorie. In: Bubmann/Müller, a.a.O., S. 102-112.

Kade, J. / Ch. Lüders (1996): *Lokale Vermittlung.* Pädagogische Professionalität unter den Bedingungen der Allgegenwart medialer Wissensvermittlung. In: A. Combe/W. Helsper (Hrsg.): *Professionalität pädagogischen Handelns.* Frankfurt a.M. (im Druck).

Keppler, A. (1994): *Wirklicher als die Wirklichkeit?* Das neue Realitätsprinzip der Fernsehunterhaltung. Frankfurt a.M.

Kottlorz, P. (1993): *Fernsehmoral.* Ethische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung. Berlin.

Kottlorz, P. (1996): *Und die Moral von der Geschicht ...* In: Bubmann/Müller, a.a.O., S. 88-101.

Luckmann, Th. (1991): Die unsichtbare Religion. Frankfurt a.M.

Luthe, H. O. (1985): *Distanz - Untersuchung zu einer vernachlässigten Kategorie.* München.

Marquard, O. (1986): *Apologie des Zufälligen.* Stuttgart.

Neverla, I. (1992): *Fernseh-Zeit.* München.

Reichertz, J. (1993): *„Ist schon ein tolles Erlebnis!"* Motive für die Teilnahme an der Sendung „Traumhochzeit". In: *Rundfunk und Fernsehen,* 1993, Heft 3, S. 359-377.

Reichertz, J. (1994a): *„Ich liebe, liebe, liebe Dich!"* Zum Gebrauch der Fernsehsendung „Traumhochzeit" durch die Kandidaten. In: *Soziale Welt,* 1994, Heft 1, S. 98-119.

Reichertz, J. (1994b): *„Nur die Liebe zählt".* Zum Verhältnis von Fernsehen und Kandidaten. In: St. Müller-Doohm/K. Neumann-Braun (Hrsg.): *Kulturinszenierungen.* Frankfurt a.M. 1994, S. 114-140.

Reichertz, J. (1995): *„... da war ich verheiratet."* Magische Elemente in der Sendung „Traumhochzeit". In: *Schweizerische Zeitschrift für Soziologie,* 1995, Heft 3, S. 705-740.

Reichertz, J. (1996): *Wem Meiser die Sünden vergibt.* Das Fernsehen als Religions-Ersatz. In: *Familienbildung,* 1996, Heft 4, S. 38-42.

Schmidt, W.-R. (1991): *Fernsehen als Religion?* In: C. Eurich/I. de Haen (Hrsg.): *Hören und Sehen.* Stuttgart 1991, S. 113-118.

Schulze, G. (1993): *Die Erlebnisgesellschaft.* Kultursoziologie der Gegenwart. Frankfurt a.M.

Sennett, R. (1983): *Verfall und Ende des öffentlichen Lebens.* Frankfurt a.M.

Soeffner, H.-G. (1992): *Luther - Der Weg von der Kollektivität des Glaubens zu einem lutherisch-protestantischen Individualitätstypus.* In: ders.: *Die Ordnung der Rituale.* Frankfurt a.M. 1992, S. 20-75.

Soeffner, H.-G. (1993): *Die unsichtbare Religion.* Ein Essay über Thomas Luckmann. In: *Soziologische Revue,* 1993, S. 1-5.

Thomas, G. (1996): *Die Wiederverzauberung der Welt?* Zu den religiösen Funktionen des Fernsehens. In: Bubmann/Müller, a.a.O., S. 113-139.

Trilling, L. (1983): *Das Ende der Aufrichtigkeit.* Frankfurt a.M.

Vogt, L. (1994): *Ehre in traditionellen und modernen Gesellschaften.* In: L. Vogt/A. Zingerle (Hrsg.): *Ehre.* Archaische Momente in der Moderne. Frankfurt a.M. 1994, S. 291-314.

Wüllenweber, W. (1994): *Wir Fernsehkinder.* Reinbek.

Wyss, D. (1991): *Kathedrale des Kapitalismus.* In: *Kursbuch 106,* S. 19-29.

Anmerkungen

1 Der vorliegende Aufsatz ist eine sehr stark überarbeitete und ergänzte Version von Reichertz 1996.

2 Diese auratisierende Wirkung des Fernsehens ist für viele Mitspieler von Shows eine nicht unwesentliche Motivation für ihr Handeln. Denn mit der Fernsehausstrahlung ihres Fernsehauftritts transzendieren die Akteure ihre alltägliche Welt und werden (wenn auch nur für kurze Zeit) Teil einer „höheren" Welt - die dort erworbene Aura können sie in Maßen und für eine bestimmte Zeit auch in ihre Alltagspraxis hinein retten.

3 Talk-Shows wie *Bärbel Schäfer, Vera* oder *Kerner* bilden ein anderes Format. Hier lassen sich (in der Tradition von Trash-Shows) Menschen oft an den Pranger stellen bzw. werden an diesen gestellt.Das Publikum wird ermuntert, die Bekenntnisse der Kandidaten möglichst „vernunftfrei" zu kommentieren und ihren Gefühlen lautstark Lauf zu lassen.

4 Sennett, Trilling, Luthe und Habermas hatten bei ihrer Kulturkritik nicht die neueren Fernsehshows, in denen Privates öffentlich gemacht wird, sondern mehr die offenherzigen Leserbriefe im Visier, die an vermeintliche Experten von Zeitschriften geschickt und dann zur Gaudi der Leser abgedruckt und kommentiert werden. Deshalb will ich nicht behaupten, die Autoren würden tatsächlich die hier in Frage stehenden Fernsehsendungen - wie von mir impliziert - bruchlos in ihre Zeitdiagnostik einfügen, ich will aber behaupten, daß sehr viel dafür spricht, daß sie es tun würden.

5 „Herkömmliche Religion kanalisiert elementare, unmittelbare Erfahrungen, bietet Symbole und Rituale, garantiert, daß man trotz allem die Verbindung nach hinten, zur Harmonie und Konsonanz nicht verliert. Dies alles garantieren die elektronischen Medien in einer kompliziert werdenden Welt auf eine neue, überraschende Weise auch. Die Medien schützen vor dem elementaren Einbruch unmittelbarer Erfahrung. Sie sind damit unbestreitbar ein Stück neuer, schützender Heimat" (Schmidt 1991, S. 116).

6 Siehe z.B. das sicherlich um der Pointe willen zugespitzte Bekenntnis eines der modernen „Fernsehkinder" (Jahrgang 1962): „Zwar ging ich noch viele Jahre lang mit zur Christmette, bedauerte aber immer wieder die zweistündige Programmunterbrechung, die das bedeutete. Und die Jungs um den Altar ließen sich auch nichts Neues einfallen. Immer dieselbe, eigentlich nicht besonders aufregende Geschichte, mit demselben seltsamen Helden, der zwar am Kreuz einen einigermaßen unterhaltsamen Tod starb, aber dann angeblich auf mysteriöse Weise weiterlebte. Völlig unrealistisch, diese Geschichte - verglichen mit *Winnetou* oder *Raumschiff Enterprise*" (Wüllenweber 1994, S. 16).

7 „Gott und die Götter sterben nicht. Sie gehen auch nicht verloren. Sie machen lediglich eine Fülle von Metamorphosen durch und erscheinen in immer neuen Gestalten ... Was manchmal aufgegeben wird, sind bestimmte Glaubensvorstellungen, die dann von anderen abgelöst werden. Dementsprechend muß es nun darum gehen, die neue Gestalt Gottes oder die neue Verkleidung bzw. Vorstellung einer symbolischen Gestalt aufzufinden" (Soeffner 1992, S. 65).

8 Natürlich konkurriert das Fernsehen bzw. die audio-visuellen Medien auch mit der Politik (vgl. Dörner/Vogt 1995), der Pädagogik (Kade/Lüders 1996), der Wissenschaft und der Therapie.

9 Ähnlich argumentiert Wyss: „Das Satellitenfernsehen ist für den Globus, was einst die Kathedrale für eine Stadtgemeinde war" (Wyss 1991, S. 29).

10 Wenn man an dem Selbstverständnis der Mitspieler anknüpft, dann lassen sich (in von mir geführten Interviews mit verschiedenen Mitspielern) ernstzunehmende Anhaltspunkte dafür finden, daß es ihnen auch um mit dieser Auratisierung erworbene moderne Form von Ehre geht. Ähnlich wie der Ehrenmann in vergangenen Zeiten riskieren die Kandidaten sich selbst, wenn sie vor einem Millionenpublikum einen Heiratsantrag stellen oder um Verzeihung bitten. In der Regel werden die Kandidaten auch von ihrer Umgebung für ihr riskantes Tun mit einer besonderen Honoratiorenstellung „belohnt". Nach der Teilnahme an einer Fernsehsendung (und deren Versendung) hat sich für die Mitspieler in der Regel (meist für eine lange Zeit) die Welt geändert - zurück in ihrer Lebenswelt sind sie für die anderen andere geworden: man wird schneller und aufmerksamer bedient, wird auf der Straße angesprochen, ist Gegenstand des lokalen Klatsches, wird gerne zu Festen und öffentlichen Veranstaltungen eingeladen, soll zu aktuellen und/oder die Liebe betreffenden Lokalthemen Stellung beziehen.

11 Da die täglichen Talk-Shows oft die Grenzen des (heute) Normalen zu deren Normalfall erklären, „entkernen" (Dank an Christian Lüders für diesen Begriff) sie in gewisser Weise die Gesellschaft. In früheren Zeiten wurden deutliche Abweichungen (in bezug auf Verhalten, Ansichten und Körperbau) ausgegrenzt und oft auch ausgestellt, auf daß die Zuschauer ihre Normalität aus der Distanzierung zur Abweichung erkennen. Talk-Shows machen durch stellvertretende Deutung des Außergewöhnlichen dieses verständlich, die dort auftretenden und von der Gesellschaft bestallten Experten gemeinden es ein, auf daß die Zuschauer durch die Aufnahme des Ungewöhnlichen ihre normative Mitte verlieren. Aber das ist nur eine Seite der Talk-Shows. Oft blähen sie auch das Banale zum Exorbitanten auf und leisten somit der Bildung grandioser Selbstmißverständnisse bei den Akteuren Vorschub. Und oft behandeln die Shows Probleme, für die viele eine „Lösung" suchen und manchmal auch mit Hilfe der Sendung finden.

12 Fernsehen liefert z. B. nicht ein Äquivalent zur „communio" und dem Abendmahl im Kirchenhaus, aber auch keines zur christlichen Auferlegung von Normen, deren Überwachung und der Ahndung von Normverletzungen.

Prof. Dr. ***Jo Reichertz****, geb. 1949, ist Hochschullehrer für Kommunikationswissenschaft an der Universität Essen.*