

Religion und Moral im Unterhaltungsprogramm des Fernsehens

Thomas Bohrmann

Das Fernsehen ist nach wie vor das Leitmedium gegenwärtiger Medienkultur. Es informiert, bildet und unterhält. Auch religiöse, kirchliche und moralische Themen werden mit seiner Hilfe verbreitet und einem größeren Publikum medial vor Augen geführt. Verstärkt kommen solche Inhalte im Unterhaltungsbereich des Fernsehens zur Sprache. Neben den Pfarrer- und Nonnenserien behandeln vor allem auch alltägliche Fernsehserien und Daily Soaps grundlegende moralische Fragen des Menschen. Indem das Fernsehen anhand verschiedener Unterhaltungsformate (besonders Serien und Soaps) Wertmaßstäbe und Moralvorstellungen thematisiert, präsentiert es – so die zugrunde liegende These des Beitrags – eine besondere Form der „Alltagsethik“ und trägt somit zum Wertediskurs innerhalb einer wertpluralen Gesellschaft bei.

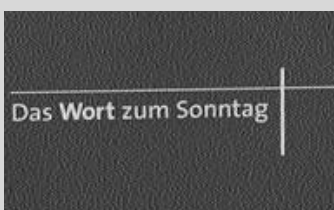
Medien und Christentum – von der mündlichen Kommunikation zur Internetkommunikation

Am Anfang der religiösen Kommunikation war das Wort, das zunächst mündlich verbreitet wurde. Die Reden und Gleichnisse Jesu, aber auch die Predigten der ersten Jünger verdeutlichen diese Art der Oralität oder mündlichen Verkündigung (vgl. z. B. Apg 2, 14–36). Allmählich jedoch wurde die religiöse Überlieferung verschriftlicht, entweder in Form der frühchristlichen Briefliteratur oder der Evangelien. Die Verschriftlichung hatte zur Folge, dass sich ein Kanon legitimer Schriften herausbildete und dass diese zunehmend von Theologen (Schriftgelehrten) reflektiert und kommentiert wurden. Erst mit der Erfindung der Druckerpresse im 15. Jahrhundert verwandelte sich religiöse Kommunikation grundlegend, da sowohl die mündliche als auch die traditionelle schriftliche Verkündigung (im Sinne von Handschriften) immer nur einen begrenzten Adressatenkreis erreichen konnten. Der Buchdruck förderte die Massenkommunikation und die damit verbundene individuelle Lektüre der Bibel. Letztlich hat das Aufkommen der Druckerpresse auch

die Reformation begünstigt und vorangetrieben. Religiöse Inhalte – vor allem auch kontroverse Themen – wurden im Hinblick auf eine große Rezipientenschar veröffentlicht und konnten von nun an auch außerhalb gottesdienstlicher Versammlungen eigenmächtig genutzt werden. Dies hatte die Demokratisierung des religiösen Wissens zur Folge. Ab etwa der zweiten Hälfte des 16. Jahrhunderts kam es aufgrund der Periodisierung von Presseerzeugnissen zu einer weiteren Massenverbreitung religiöser und weltlicher Inhalte. Aber erst im 19. und 20. Jahrhundert bildete sich vor dem Hintergrund preisgünstiger und absatzstarker Printmedien, der Erfindung des Kinematografen (Film) und neuer medialer Verbreitungsformen (Rundfunk, Fernsehen und Internet) ein eigenständiger Kultursachbereich Medien heraus, mit eigenen Aufgaben, Funktionen und Organisationsstrukturen.

In der modernen, ausdifferenzierten Gesellschaft üben vor allem die elektronischen Medien einen großen Einfluss auf die alltägliche Kommunikation aus, sodass Öffentlichkeit heute primär Medienöffentlichkeit ist. Aufgrund der Dominanz der Massenmedien, die nicht nur die Alltagskommunikation prägen, sondern

auch für die gesellschaftlichen Teilsysteme wie etwa Politik und Ökonomie von großer Bedeutung sind, kann dieser Gesellschaftstypus hinsichtlich der Kommunikationsstruktur mit dem Begriff „Mediengesellschaft“ bezeichnet werden. Kirchliche Akteure nutzen heute wie selbstverständlich alle hier aufgezählten Medien, um ihre eigenen Inhalte möglichst wirkmächtig zu verbreiten. Vor allem das Internet bietet den christlichen Kirchen und Religionsgemeinschaften vielfältige Möglichkeiten, ihre Inhalte weltweit zu verbreiten: Das Angebot reicht von kirchlichen Nachrichten (z. B. www.idea.de, www.kath.net, www.katholisch.de) und Selbstdarstellungen kirchlicher Institutionen (z. B. www.ekd.de, www.dbk.de) über Chats und Kommunikationsforen (z. B. www.chatseelsorge.evka.de) bis zu eigenproduzierten Videos der Rezipierenden und Gläubigen über kirchliche Themen oder Veranstaltungen (z. B. www.kathtube.de). Religiöse Internetkommunikation wird in den nächsten Jahren weiter zunehmen, ohne dass allerdings die traditionellen Medien an Bedeutung verlieren werden. Denn bisher hat kein neues Medium ein anderes verdrängt, sondern eher einen Funktionswandel der bestehenden Medien ausgelöst.



Religiöse und moralische Inhalte der Mediengesellschaft

Die Kirchen präsentieren sich mit Hilfe unterschiedlicher Medien und medialer Darstellungsformen in der Öffentlichkeit und versuchen, mit ihren Bildern, Themen und speziellen Verkündigungssendungen (z. B. *Das Wort zum Sonntag*, gottesdienstliche Übertragungen primär an Sonn- und Feiertagen) religiöse Akzente, aber verstärkt auch moralische Werte in einer säkularen und entkirchlichten Gesellschaft zu setzen. Vor allem *Das Wort zum Sonntag* stellt eine besondere mediale Andachtsform dar, die jeden Samstagabend zu meist ein aktuelles politisch-gesellschaftliches Geschehen aus der Perspektive des christlichen Glaubens und seiner Ethik einzuordnen versucht. In diesem Sinne kommt in solchen Sendungen *explizite Religion* zum Ausdruck. Religiöse Themen in expliziter Form werden aber nicht nur von den Kirchen selbst zur Sprache gebracht, sondern auch von journalistischen Akteuren, die beispielsweise über Kirchen und Religionsgemeinschaften im Informationsprogramm des Fernsehens (Dokumentationen, Reportagen) berichten. Darüber hinaus ist eine

weitere, nicht zu unterschätzende Form der Darstellung expliziter religiöser Themen und Figuren im fiktionalen Unterhaltungsprogrammbereich anzutreffen. Spielfilme und Fernsehserien, in denen etwa Pfarrer (z. B. *Pfarrer Braun*) oder Nonnen (z. B. *Um Himmels Willen*) in Filmrollen agieren, prägen zwar einerseits eine mehr oder weniger klischeehafte Vorstellung dieser Berufe in der breiten Öffentlichkeit, bringen aber andererseits religiöse Fragen und damit verbundene moralische Positionen sowohl für kirchennahe als auch für kirchenferne Zuschauer zur Sprache und setzen damit Themen in einer offenen Kommunikationsstruktur.

Grundsätzlich erzählt das Fernsehen Geschichten, die in Form von Fernsehserien, Daily Soaps, Telenovelas und Fernsehfilmen als Massenware für ein unterhaltungsorientiertes Publikum produziert werden. Geschichten haben sich die Menschen schon immer erzählt. Auch die klassischen Mythen, Sagen, Märchen und Legenden sind Medien, die seit jeher die Menschen verzaubert, fasziniert und herausgefordert haben. Gestern wie heute geht es um grundlegende menschliche Fragen, die auf einfache oder komplexe Art medial verarbeitet werden und nachhaltig auf die jeweiligen Ge-

sellschaften einwirken. Das Fernsehen führt mithilfe seiner unterschiedlichen Narrationsformen einen Diskurs über gesellschaftliche Moral und Unmoral, über wünschenswerte und verachtenswürdige Verhaltensweisen, über vorbildhaftes und untugendhaftes Leben. In diesem Sinne erfüllen medial aufbereitete Geschichten im Wesentlichen eine Thematisierungsfunktion von Moral und tragen somit zur gesellschaftlichen Verständigung bei. Insbesondere Serien und Daily Soaps erzählen die immer wiederkehrenden alten Geschichten mit neuen Gesichtern und Schauspielern. Indem es in diesen Erzählungen um Schuld, Sühne und Vergebung, um Liebe, Hass und Tod, um Bewährung und Erfolg, um Hoffnung, Glück und innerweltliche Erlösung geht, präsentiert das Fernsehen eine besondere Form der „Alltagsethik“ (Reichertz 2004, S. 58) und gibt den Zuschauern somit Optionen für eigenes Handeln an die Hand.

Bereits Peter Kottlorz hat 1993 in seiner Dissertation – übrigens die erste medienethische Monografie eines (katholischen) Theologen über das Unterhaltungsangebot des Fernsehens – darauf hingewiesen, dass Fernsehserien mehr sind als nur platte Unterhaltung. An-



hand zweier erfolgreicher Serien der 1980er-Jahre, nämlich *Lindenstraße* und *Schwarzwald-klinik*, hat er aufzeigen können, dass in fiktionaler Fernsehunterhaltung moralische Probleme außerhalb eines religiös geprägten Kontextes zu Wort kommen; man kann hier von einer impliziten Form von Religiosität sprechen. Im Hinblick auf die auch heute noch aktuelle ARD-Serie *Lindenstraße* kommt er zu folgendem Urteil: „Die ‚Lindenstraße‘ ist eine interessante und sinnvolle Fernsehsendung [...]. Ihre besondere Bedeutung aus ethischer Sicht besteht in der Tatsache der hohen Quantität und Qualität ihrer moralischen Anteile [...]. Dem Individuum bietet sie Raum zur emotionalen, intellektuellen und vor allem auch ethischen Auseinandersetzung. Die dabei vermittelten Werte, Normen, Vorbilder und Tugenden sind zu meist differenziert und geben dem Zuschauer Reflexionsfreiräume. Aus gesellschaftlicher Sicht ist die ‚Lindenstraße‘ ein dauerhafter Hinweis auf das ethische Orientierungsbedürfnis innerhalb des Meinungs- und Wertepluralismus“ (Kottlorz 1993, S. 312). Dieses medienethische Fazit kann man heute ebenso ziehen, wenn man die in der Serie vorkommenden Geschichten und Personen der letzten Jahre Re-

vue passieren lässt. Aufgrund ihrer Alltagsnähe, ihrer differenziert dargestellten „Alltagsethik“ und ihrer zumeist politischen Aktualität ist die *Lindenstraße* auch nach 20 Jahren eine der erfolgreichsten Serien des öffentlich-rechtlichen Rundfunks. Das Fazit von Kottlorz ließe sich in ähnlicher Form freilich auch auf die vielen, unter kommerziellen Bedingungen hergestellten Daily Soaps und Telenovelas übertragen: Es geht in all diesen Mediengeschichten letztlich immer um die Frage, wie man sich in bestimmten außeralltäglichen Konflikt- oder alltäglichen Lebenssituationen zu verhalten bzw. zu entscheiden hat und wie ein gelingendes Leben schlussendlich möglich ist.

Beispiel 1: *Um Himmels Willen* – Nonnen im Fernsehen

Seit Januar 2002 strahlt das Erste Deutsche Fernsehen im Hauptabendprogramm am Dienstag eine der derzeit erfolgreichsten deutschen Serien aus. *Um Himmels Willen* ist die fiktive Geschichte eines Nonnenkonvents in einer bayerischen Kleinstadt. Zurzeit (Januar bis April 2008) läuft die siebte Staffel und bislang ist kein Ende vonseiten des MDR geplant, re-

zipieren doch ca. 7 Mio. Zuschauer Woche für Woche die Serie. Die Faszination liegt *einerseits* an der dargestellten Figurenkonstellation und *andererseits* an dem besonderen Milieu (Kloster), das den allermeisten Zuschauern eher fremd sein wird. Der Plot ist einfach erzählt: Die temperamentvolle junge Ordensschwester Lotte (Jutta Speidel) wird von der Ordensleitung in das kleine Städtchen Kaltenthal geschickt, wo sie zusammen mit ihren Mitschwestern in einem baufällig gewordenen Kloster lebt und sich um die Bedürftigen der Stadt kümmert. Bürgermeister Wöller (Fritz Wepper) möchte das Klostergelände jedoch für eigene Zwecke erwerben und die Nonnen aus ihrem Haus vertreiben. Und so stehen sich in jeder Folge Schwester Lotte und Bürgermeister Wöller als erbitterte Feinde gegenüber, die jedoch ihre Unstimmigkeiten mit viel Charme, Witz und Esprit auszutragen wissen. Zu Beginn der sechsten Staffel (2007) verlässt Schwester Lotte Kaltenthal, um als Missionarin in Afrika ihren Dienst aufzunehmen. An ihre Stelle tritt Schwester Hanna (Janina Hartwig), die den Zweikampf mit Wöller fortführt. Die Rahmehandlung erinnert an *Don Camillo und Peppone*. Und so präsentiert auch *Um Himmels Wil-*



Um Himmels Willen



len eine Fülle von komischen und unterhaltsamen Szenen allein aufgrund der gegensätzlichen Charaktere. Die Serie gewährt Einblicke in eine zumeist verborgene religiös-kirchliche Welt, die mit dem herkömmlichen Alltag der allermeisten Rezipienten nur wenig zu tun hat. Auch wenn *Um Himmels Willen* kein religiöser Dokumentarfilm – wie etwa *Die große Stille* – ist, sondern ein fiktionales Unterhaltungsprogramm, das den Zuschauern eine heile Serienwelt mit zumeist einem Happy End in jeder Episode präsentiert, vermittelt die Serie ein bestimmtes – oft auch stereotypes – Bild vom Leben im Kloster. Trotz des besonderen Milieus ist eine gewisse Alltagsnähe für die Zuschauer gegeben, da in jeder Episode grundlegende moralische Themen und soziale Problemfälle behandelt und von den Schwestern Lotte bzw. Hanna gelöst werden: Die Schwestern helfen Asylbewerbern, nehmen sich verwaarloster Kinder an, führen Familien zusammen, kitten Freundschaften und Ehen, retten lebensmüde Menschen, versorgen Bedürftige mit Lebensmitteln, unterstützen Schwangere und Heimatlose – allen Menschen, die an die Türe des Klosters klopfen, wird ausnahmslos geholfen. Die Schwestern solidarisieren sich mit den

Armen, Hilfsbedürftigen und Schwachen und realisieren das, was in der christlichen Ethik mit dem Begriff „Nächstenliebe“ zum Ausdruck gebracht wird. In diesem Sinne verkörpern sie den sprichwörtlichen „barmherzigen Samariter“ der biblischen Erzählung (Lk 10,25–37). Religion und Ethos, Glaube und Moral werden in *Um Himmels Willen* medial parallelisiert. Allerdings werden die Seriennonnen nicht als Heilige und als weltabgewandte Wesen inszeniert, sondern – trotz ihrer religiösen Berufung – als ganz normale Menschen, die lachen und Spaß haben, die sich schon einmal streiten, die gruppeninterne Konflikte auszutragen haben, die Gefühle zeigen, die sich über gelungene Formen des zwischenmenschlichen Zusammenlebens freuen. Auch Nonnen sind nur Menschen (und sollen es auch sein): Das ist eine weitere Botschaft – neben der moralischen –, die die Serie zu transportieren versucht.

Um Himmels Willen übt weitgehend keine Kirchenkritik und stimmt damit nicht ein in den gegenwärtigen Trend, der wiederum medial zur Sprache gebracht wird. Ganz im Gegenteil: das kirchliche Personal wird durchweg positiv dargestellt. Selbst die z. T. herrische Mutter Oberin (Rosel Zech) wird immer wieder als gü-

tige Ordensoberin vorgestellt. Kritisch könnte man allerdings das Idealbild einer Schwester Lotte oder einer Schwester Hanna sehen. Beide Protagonistinnen lösen stets alle Probleme, sie sind immer optimistisch, finden aus jeder noch so schwierigen Situation einen Ausweg und sind getragen von einem unerschütterlichen Gottesglauben. Letztlich wird eine perfekte Serienwelt dargestellt, in der es immer ein Happy End gibt. Aber ist das so schlimm? Denn hier gründet das Erfolgsrezept einer Familienserie. Und auch jene populären Spielfilme, die ein internationales Kinopublikum verzaubern wollen, erzählen Geschichten, die trotz aller Schwierigkeiten meistens immer gut ausgehen. Im Modell der *Reise des Helden* (nach Christopher Vogler), der bekannten Dramaturgie des populären Films, wird diese Erzählstruktur vorexerziert. Menschliche Sehnsucht zielt auf den guten Ausgang. Wir wollen das glückliche Ende und wünschen uns mediale Heldinnen und Helden, mit denen wir uns ein Stück weit identifizieren können, auch wenn unser eigenes Leben nicht so glatt funktioniert. *Um Himmels Willen* – so kann resümiert werden – ist eine Serie, die exemplarisch das Verhältnis von Medien und Religion (Kirche) mit ihrer Mo-



ral sehr erfolgreich zum Ausdruck bringt und sich mit den thematisierten Inhalten am gesellschaftlichen Moraldiskurs der Gegenwart beteiligt. Traditionelle Werte (z. B. Familie, Ehe, Freundschaft, Ehrlichkeit, Hilfsbereitschaft) werden besonders gewürdigt und als lebens- und nachahmenswert – vor allem in einer säkularen Umwelt – vorgestellt.

Beispiel 2: Soaps als Werteinstanzen

Schaut man sich die inhaltlich-narrative Struktur vor allem der vier populärsten deutschen Daily Soaps (*Gute Zeiten, schlechte Zeiten*; *Unter uns*; *Verbotene Liebe*; *Marienhof*) näher an, fällt auf, dass diese Serien zunächst mit einem übersichtlichen Themenangebot auskommen. Da Daily Soaps sich in erster Linie an ein jugendliches Publikum richten – und von Kindern und Jugendlichen dementsprechend auch rezipiert werden –, drehen sich die Themenkomplexe zumeist um alltägliche Probleme, die in der Lebenswelt von Jugendlichen beheimatet sind. So beschäftigen sich die Serien mit Liebes-, Freundschafts- und Verwandtschaftsbeziehungen, es geht um Schul- und Berufsprobleme; politische oder gesellschaftliche Pro-

bleme – wie etwa in der *Lindenstraße* – kommen allerdings so gut wie nicht vor. Der Figurenaufbau folgt einem stereotypen Schema. Es gibt – vereinfacht ausgedrückt – die *Korrekten* und die *Korrupten*. *Korrupte Figuren* sind rachsüchtig, unehrlich und vor allem intrigant. Als quasi gewissenlose Charaktere sind sie für eine spannende Erzählung indes unverzichtbar. Sie dienen letztlich auch als Kontrastfolie, um das positive Verhalten der korrekten Personen deutlicher hervortreten zu lassen. *Korrekte Figuren* benutzen ihre Mitmenschen weder zum eigenen Vorteil noch zu deren Schaden. Solche Serienfiguren zeichnen sich dadurch aus, dass sie anderen Menschen beistehen. In diesem Sinne sind *Freundschaft* und *Ehrlichkeit* zentrale Werte, die Daily Soaps jugendlichen Rezipienten zu vermitteln versuchen. Aber auch ein anderer, in unserer Gesellschaft an herausragender Stelle stehender Wert spielt eine wichtige Rolle in den Geschichten der vorabendlichen Serien: Es ist vor allem die *Familie*, die als Ort der Zuflucht und des Trostes in den Wirren des (Serien-)Alltags den notwendigen Halt vermittelt. Die Familie wird nicht infrage gestellt, sondern ganz im Gegenteil als *erstrebenswerte* und unentbehrliche Lebens-

form propagiert. Damit spiegeln Soaps genau jene Werte wider, die auch von der christlichen Ethik als bedeutsam angesehen werden. Nur in der Familie ist glückendes (Serien-)Leben möglich. Elternfiguren haben Verständnis für ihre Kinder, Kinder suchen den Rat ihrer Eltern. Korrupte Familienmitglieder sind eher die Ausnahme. Fasst man die (medienwissenschaftlichen) Ergebnisse um die Moralkommunikation innerhalb der Daily Soaps zusammen, so lässt sich sagen, dass den Serien eine Reihe von Bedeutungen zukommt, die vor allem im Jugendalter nicht unterschätzt werden sollten: Soaps informieren über Problemsituationen und bieten Lösungsstrategien an, sie präsentieren anhand positiv besetzter Figuren und vorgestellter Werte Orientierungsmuster für sozial wünschenswertes Verhalten, sie begleiten (weibliche und männliche) Jugendliche durch die Adoleszenz und geben ihnen Diskussionsstoff für die Alltagskommunikation an die Hand. In diesem Sinne haben Soaps eine interaktive Bedeutung, da sie diskursiv dazu beitragen, eigene Wertmaßstäbe und Lebenspositionen zu entwickeln. Negative Auswirkungen der Soap-Rezeption können allenfalls dort entstehen, wo sich Jugendliche zu sehr in die Se-

GUTE ZEITEN SCHLECHTE ZEITEN



rienwelt hineindenken und -träumen, eine intensive parasoziale Liebesbeziehung zu den Serienfiguren aufbauen und somit reale und alltägliche Beziehungen vernachlässigen. Insgesamt ist das Fernsehen mit Blick auf Daily Soaps eine nicht zu unterschätzende Sozialisationsinstitution geworden. Ja, es kann sogar als „ethische Alltagsbegleiterin“ und „ethische Vermittlungsinstanz“ (Kottlorz 1993, S. 175) in einer durch permanenten Wertewandel charakterisierten Gesellschaft gedeutet werden.

Ergebnis

Unterhaltung im Fernsehen ist mehr als nur Zeitvertreib. Sie ist für die Rezipierenden zum großen Teil eine aktive Auseinandersetzung mit lebensrelevanten Themen auf der kognitiven Ebene. Es geht ein Stück weit um Lebenshilfe, um Bereitstellung von Diskussionsimpulsen für kommunikative Prozesse, um Sinnangebote. Fernsehunterhaltung versucht, bewusst Werte zu setzen und zu vermitteln, indem vorbildhaftes Verhalten dargestellt wird. Während früher Wertevermittlung von traditionellen religiösen Institutionen übernommen wurde, wird sie heute zum großen Teil von den

Massenmedien ausgeübt. Religiöse und moralische Werte werden somit nicht ausschließlich in kirchlichen Sendungen bzw. religiösen Programmen präsentiert, sondern haben schon seit langem Einlass gefunden in die alltägliche Fernsehunterhaltung. Insofern beteiligen sich die unterhaltsamen Medienprogramme am gesellschaftlichen Moraldiskurs.

Literatur:

- Böhm, T. H.:**
Religion durch Medien – Kirche in den Medien und die „Medienreligion“. Eine problemorientierte Analyse und Leitlinien einer theologischen Hermeneutik. Stuttgart 2005
- Hurth, E.:**
Zwischen Allmacht und Ohnmacht. Wie Gott in der Fernsehunterhaltung vorkommt. In: Herder Korrespondenz, 58/2004, S. 520–524
- Vogler, C.:**
Die Odyssee des Drehbuchschreibers. Über die mythologischen Grundmuster des amerikanischen Erfolgskinos. Frankfurt am Main 2004
- Göttlich, U./Krotz, F./Paus-Haase, I. (Hrsg.):**
Daily Soaps und Daily Talks im Alltag von Jugendlichen. Eine Studie im Auftrag der Landesanstalt für Rundfunk Nordrhein-Westfalen und der Landeszentrale für private Rundfunkveranstalter Rheinland-Pfalz. Opladen 2001
- Götz, M. (Hrsg.):**
Alles Seifenblasen? Die Bedeutung von Daily Soaps im Alltag von Kindern und Jugendlichen. München 2002
- Herrmann, J.:**
Medienerfahrung und Religion. Eine empirisch-qualitative Studie zur Medienreligion. Göttingen 2007
- Knoblauch, H.:**
Populäre Religion. Markt, Medien und die Popularisierung der Religion. In: Zeitschrift für Religionswissenschaft, 8/2000, S. 143–161
- Kottlorz, P.:**
Fernsehmoral. Ethische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung. Berlin 1993
- Reichert, J.:**
Die Frohe Botschaft des Fernsehens. Kulturwissenschaftliche Untersuchung medialer Diessetsreligion. Konstanz 2000
- Reichert, J.:**
Sakralisierung der Medien oder: Können Medien Werte vermitteln? In: tv diskurs, Ausgabe 29, 3/2004, S. 56–59

Dr. Thomas Bohrmann hat Theologie und Soziologie studiert und ist Professor für Katholische Theologie mit dem Schwerpunkt Angewandte Ethik an der Universität der Bundeswehr München.

