

Radioarbeit und Medienpädagogik im Erzbistum Köln

Eine Replik auf den Beitrag von Bernward Hoffmann

von Susanne Kampmann

Nicht erst seitdem Privatfernsehen, Videos und Computerspiele die Lebenswelt von Jugendlichen wie Erwachsenen prägen, ist Medienpädagogik zum beliebten „Zauberwort“ avanciert. Medienpädagogik zeige, so hört man oft, den Ausweg aus der Krise. Daß Medienpädagogik gerade im kirchlichen Umfeld aber häufig gleichgesetzt wurde mit Motiven wie „Rückgewinnung von öffentlichem Einfluß“ oder „Bewahrung vor neuen medialen Kommunikationsformen“, hat Bernward Hoffmann in seiner sehr erhellenden Dissertation „Medienpädagogik im kirchlichen Feld. Entwicklungen, Konturen, Probleme, Perspektiven“¹ eruiert. Wesentliche Grundzüge dieser Studie hat Hoffmann im letzten Heft dieser Zeitschrift zusammengefaßt.² Auf beide Veröffentlichungen bezieht sich diese Replik.

Hermeneutischer Schlüssel für eine konzeptionell gelungene Medienpädagogik im kirchlichen Feld sind für Hoffmann die Aussagen der Pastoralinstruktion „*Communio et Progressio*“ aus dem Jahr 1971: „Medienpädagogik ist eine vordringliche Aufgabe. Sie muß die Funktionsprinzipien der Instrumente der sozialen Kommunikation gründlich vermitteln. Die Kommunikationsmittel leisten erst dann ihren vollen Beitrag zur Entfaltung des Menschen, wenn er deren Wesen und den Umgang mit ihnen begriffen hat. Wer ihre Bedeutung nur oberflächlich kennt, schmälert leicht den Verfügungsraum seiner Freiheit.“³ Diesem Ansatz zufolge ist nicht Bewahrung und auch nicht Aufklärung und Kritikfähigkeit die primäre Aufgabe der Medienpädagogik. Medienpädagogik muß vielmehr vor allem „die aktive Kompetenz der Menschen für den Prozeß sozialer Kommunikation fördern ...“⁴

Die Grundlagen von „*Communio et Progressio*“ sind im kirchlichen Umfeld in verschiedenen anderen offiziellen Stellungnahmen fortgeschrieben worden, so etwa von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz. Das Problem liegt für Hoffmann deshalb

Dipl.-Theol. Susanne Kampmann M.A. arbeitet in der Abteilung für Medienarbeit beim Erzbistum Köln.

¹ Erschienen im Verlag Reinhard Fischer, München 1993; Kurztitel: Hoffmann 1993.

² CS 27 (1994) 213-239; Kurztitel: Hoffmann 1994.

³ CeP 64.

⁴ Hoffmann 1994, 239.

weniger in der Theorie als in der Praxis, denn diese Texte blieben „eher Konzeptpapier. Klare Strukturen einer Umsetzung fehlen.“⁵ Dabei gäbe es genügend mögliche Arbeitsfelder, zum Beispiel die Zuarbeit zu Offenen Kanälen und Radiowerkstätten für die Bürgerbeteiligung an vor allem privaten Rundfunkprogrammen. In der Bewertung Hoffmanns wird das kirchlicherseits aber nur „halbherzig gefördert und diese Öffentlichkeitsarbeit nach außen ist zu wenig mit internen Kommunikationsstrukturen und -problemen verknüpft. Solche Arbeit wird zu schnell als säkularisierte Kanzel und als primäres Einbringen kirchlicher Interessen in publizistische Kommunikation enggeführt. Aus keiner deutschen Diözese ist mir ein Konzept oder eine klare Struktur bekannt, die dem CeP-Postulat „Medienpädagogik als vordringliche Aufgabe“ dienlich wären, jedenfalls nicht in dem Sinn, daß verschiedene Teilbereiche integriert und vor allem didaktische und publizistische Aspekte verbunden würden.“⁶

So richtig und unwidersprochen die inhaltlichen medienpädagogischen Optionen Hoffmanns auch sind, in einem Punkt sind Korrekturen notwendig. Nach Auffassung der Verfasserin dieser Replik gibt es durchaus eine deutsche Diözese, deren Konzept und Struktur dem CeP-Postulat „Medienpädagogik als vordringliche Aufgabe“ dienlich ist: das Erzbistum Köln mit seiner Abteilung Medienarbeit, dort insbesondere das Referat Privater Rundfunk mit seiner „Medienwerkstatt Radio“ und den dazugehörigen zehn „Radio-Werkstätten“. Eine Skizze der dortigen Struktur und Arbeit soll diese These im folgenden untermauern.

1. Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen

Nordrhein-Westfalen (NRW) war eines der letzten („alten“) Bundesländer, dessen Landesrundfunk-Gesetz die Einführung von privatem Hörfunk zuließ. Mit Datum vom 19.12.1986 verabschiedete der Landtag das neue „Rundfunkgesetz für das Land Nordrhein-Westfalen“.⁷ Im Gegensatz zu den meisten anderen Bundesländern hat NRW darin kein landesweites Privatrado gestattet. Statt dessen gibt es für inzwischen 46 Städte bzw. Kreise lokale Rundfunkstationen. Eine weitere Besonderheit ist die gesetzliche Einführung des sogenannten „Bürgerfunks“. Danach muß jedes Lokalradio, vertreten durch seine Veranstaltergemeinschaft⁸,

⁵ Hoffmann 1994, 232; vgl. Hoffmann 1993, 254.

⁶ Hoffmann 1994, 232; vgl. Hoffmann 1993, 256-258.

⁷ Es liegt inzwischen in mehreren novellierten Fassungen vor und ist unter anderem abgedruckt im Handbuch lokaler Rundfunk NRW I-III, hg. vom Erzbischöflichen Generalvikariat Köln, Langwaden 1991, hier: I, 142-180.

⁸ Zur rechtlichen Organisation des privaten lokalen Rundfunks in NRW vgl. B. Lenzian/E. Münch, Die Praxis des Zwei-Säulen-Modells. Untersuchungen aus der Startphase des lokalen Hörfunks in NRW (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk NRW 16), Opladen 1994.

„in ihr tägliches Programm nach Maßgabe des Programmschemas mit bis zu 15 % der Sendezeit, höchstens jedoch zwei Stunden täglich, Programmbeiträge von Gruppen, insbesondere mit kultureller Zielsetzung, einbeziehen ...“⁹ Der Gesetzgeber wollte durch dieses integrative Modell der gesetzlichen Verbindung von partizipativem „Bürgerfunk“ und kommerziellem Lokalfunk einen Beitrag zur Demokratisierung der Rundfunklandschaft leisten.¹⁰ Im Gegensatz zu anderen Kabelpilotprojekten, in denen Offene Kanäle auf eigenen Frequenzen senden und mit Akzeptanzproblemen zu kämpfen haben, kann der Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen sich auf die Frequenzen und Stammhörer der örtlichen Lokalradios stützen.

Das integrierende Bürgerfunk-Modell ist nach wie vor heftig umstritten.¹¹ Vor allem die Lokalradio-Stationen, die ein bis zwei Stunden täglich (meist in den Abendstunden) Programme senden müssen, auf die sie kaum Einfluß haben¹², sparen nicht mit ihrer Kritik an der inhaltlichen Qualität der Sendungen. Nichtsdestotrotz ist es eine Tatsache, daß der Lokalfunk in NRW mit dem Bürgerfunk jedermann die Möglichkeit bietet, praktische Kompetenzen im Umgang mit dem Medium Hörfunk zu erwerben und umzusetzen. Allein dadurch hat der Bürgerfunk starke medienpädagogische Implikationen.

Praktisch umgesetzt wird der Bürgerfunk in sogenannten „Radio-Werkstätten“. Darunter sind Hörfunkstudios und entsprechende haupt- oder nebenamtliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verstehen, die bei Bildungseinrichtungen, anderen Institutionen oder auch bei freien Radio-Fördervereinen angesiedelt sind. Dort können Bürgerinnen und Bürger das Radiomachen in Kursen und Seminaren praktisch erlernen und anschließend, selbständig oder technisch und journalistisch betreut, „auf Sendung“ gehen. Die Qualifizierungsangebote nahmen dabei von Anfang an einen hohen Rang ein. Die nordrhein-westfälische Landesanstalt für Rundfunk und das Adolf-Grimme-Institut in Marl spielten

⁹ § 24 Abs. 4 LRG-NRW.

¹⁰ Vgl. H. G. Clobes, Lokalradio in NRW. Ein Land geht seinen Weg, in: Reader Offener Kanal und lokaler Rundfunk, hg. vom Adolf-Grimme-Institut, Marl 1991.

¹¹ Vgl. ausführlich W. Lerg/A. Rieger/J. Schenkewitz, Bürgerfunk in Nordrhein-Westfalen. 15%-Gruppen in kommerziellen Lokalradios (Schriftenreihe Medienforschung der Landesanstalt für Rundfunk NRW 10), Opladen 1994 sowie H. G. Clobes/H. Paukens/K. Wachtel (Hg.), Bürgerradio und Lokalfunk. Ein Handbuch (Praktischer Journalismus 20), München 1992.

¹² Presserechtliche Verantwortung für die Inhalte der Bürgerfunk-Sendungen trägt die Veranstaltergemeinschaft des jeweiligen Senders. Dennoch gibt es nur wenige Möglichkeiten, eine Ausstrahlung abzulehnen. Neben technischer „Unsendbarkeit“, die kaum vorkommt, sind vor allem die Verletzung der allgemeinen bürgerlichen und der Presse-Gesetze zu nennen. Vgl. § 24 Abs. 5 LRG NRW.

dabei Vorreiterrollen.¹³ Inzwischen sind über 150 „Radio-Werkstätten“ in NRW von der Landesanstalt für Rundfunk anerkannt. Das bedeutet, daß sie über ein anerkanntes Mindestmaß an technischer und personeller Ausstattung verfügen.

2. Die Radio-Werkstätten des Bildungswerks der Erzdiözese Köln

2.1 Struktur und Organisation

Medienpädagogik im Sinne einer „Förderung der aktiven Kompetenz der Menschen für den Prozeß sozialer Kommunikation“ findet in der Zusammenarbeit zu Offenen Kanälen praktischen Ausdruck. Ebenso wie B. Hoffmann hat das auch das Bildungswerk der Erzdiözese Köln früh erkannt und keineswegs nur „halbherzig“ gefördert. Mit dem „Referat Privater Rundfunk“ in der Abteilung für Medienarbeit wurde eine Struktur geschaffen, die das gesamte diözesane Engagement im Feld des privaten Rundfunks bündelt. Für die Radioarbeit wurde als zentrale Einrichtung die „Medienwerkstatt Radio“ geschaffen, die subsidiär mit den insgesamt zehn Radio-Werkstätten im Erzbistum Köln zusammenarbeitet. Entsprechend der Zugehörigkeit der Abteilung für Medienarbeit zur Hauptabteilung Bildung im Erzbischöflichen Generalvikariat sind die Radio-Werkstätten bei den jeweiligen Stadt- bzw. Kreisbildungswerken im Erzbistum Köln angesiedelt. Ausgewählt wurden jeweils diejenigen Bildungswerke, in deren Stadt bzw. Kreis eine Lokalradio-Station existiert. Somit gibt es für jeden der zehn Lokalsender im Gebiet des Erzbistums Köln mindestens eine kirchliche Radio-Werkstatt, in der Bürgerfunk produziert wird. In manchen größeren Kreisen, zum Beispiel dem Kreis Mettmann, gibt es für einen Lokalsender neben der großen Radio-Werkstatt beim entsprechenden Bildungswerk kleinere „Technikdepots“ an anderen Orten oder Einrichtungen im Kreis. Das soll den Bürgerinnen und Bürgern ermöglichen, „ortsnah“ Bürgerfunk zu machen. Die technische Ausstattung ist entsprechend der gesetzlichen Vorgaben gut. Allein was das finanzielle Engagement für die Hörfunk-Studios angeht, kann deshalb von Halbherzigkeit keine Rede sein.

Ähnlich positiv kann auch die personelle Struktur beurteilt werden. In den letzten Jahren wurden nach und nach die zentrale „Medienwerkstatt Radio“ mit drei hauptamtlichen Mitarbeitern, Praktikanten und Zivildienstleistenden besetzt; für die Leitung der zehn Radio-Werkstätten konnten fünf Stellen für „hauptamtliche Radio-Kontakter“ geschaffen werden. Ihre Aufgabe ist die Gewinnung von Interessenten für den Bürgerfunk, die Planung und Durchführung von Qualifizierungsmaßnahmen, die Begleitung von Produktionen, die

¹³ Vgl. H. G. Clobes/H. Paukens/K. Wachtel, Bürgerfunk – Chimäre oder Chance, in: dies., Bürgerradio und Lokalfunk (s. Anm. 11), 7-89.

Mitarbeit in der lokalen Bürgerfunk-Szene insgesamt sowie die Kontakte zu den Redaktionen der Lokalsender. Zusätzlich zu den fünf Stellen für „Radio-Kontakter“, die im Range „Pädagogischer Mitarbeiter“ stehen, konnten an einzelnen Standorten Sachbearbeiterinnen eingestellt werden.

2.2 Konzepte und Entwicklungen

Die Kritik Bernward Hoffmanns an der Radioarbeit der Bistümer setzt an der vorschnellen Einführung des (Bürger-) Radios als „säkularisierte Kanzel“, als neuer Weg der Öffentlichkeitsarbeit an. Er verweist dabei beispielsweise auf die Broschüre „Radiowerkstatt“¹⁴ des Bildungswerks der Erzdiözese Köln und suggeriert, man habe dort eine Grundentscheidung zugunsten des Lokalfunks „als neues kirchliches Sprachrohr“¹⁵ getroffen. Und in der Tat ist diese Kritik für die Frühphase des Lokal- und Bürgerradios in NRW gar nicht ganz falsch.¹⁶ Neue Chancen der Öffentlichkeitsarbeit für kirchliche Vereine und Verbände – dieses Motiv gehört tatsächlich zum Urgestein des kirchlichen Engagements im Lokalfunk.

Zur Kenntnis zu nehmen ist aber auch, daß sich diese anfänglichen Konzepte weiterentwickelt haben. Die strukturelle Entscheidung, das Referat „Privater Rundfunk“ nicht in der Abteilung „Öffentlichkeitsarbeit“, sondern in der Abteilung „Bildung“ anzusiedeln, ist hierfür symptomatisch. Denn wenngleich die Radio-Kontakter im Rahmen eines „Agentur-Modells“ weiterhin Ansprechpartner für die Lokalradio-Redaktionen sind, verstehen sich die Radio-Werkstätten keinesfalls als „örtliche Pressestelle“. In der Arbeit der Radio-Werkstätten der Katholischen Bildungswerke steht die (medien-) pädagogische Arbeit klar im Vordergrund. Daß publizistische und pädagogische Aspekte hier zusammenfließen, kann aber durchaus als Stärke der Konzeption bewertet werden.

¹⁴ Radiowerkstatt. Arbeitsheft für Radiomacher, Hörer und Interessierte, hg. vom Bildungswerk der Erzdiözese Köln, Medienwerkstatt Radio, Köln 1990.

¹⁵ Hoffmann 1993, 263.

¹⁶ In diese Richtung wies beispielsweise auch eine Tagung der Thomas-Morus-Akademie in Bensberg, die sich mit dem Thema „Das neue Rundfunkgesetz für das Land Nordrhein-Westfalen. Chancen und Risiken – Konsequenzen für ein Konzept kirchlicher Publizistik“ beschäftigte. Die Referate und Diskussionen sind nachzulesen in den Bensberger Protokollen 50, hg. von der Thomas-Morus-Akademie, Bergisch-Gladbach 1987. Vgl. auch: Neue Chance Bürgerfunk [Hinweise 23 (1993)], hg. vom Bischöflichen Generalvikariat Essen, Abt. Information.

2.3 Produktionsseminare: Ein Weg praktischer Medienpädagogik

Seit etwa ein bis zwei Jahren bieten die Radio-Werkstätten im Erzbistum Köln vermehrt „Produktionsseminare“ an. Standen bis dahin feste Redaktionsgruppen im Vordergrund, die in journalistischen Kursen über Interview, Moderation, Recherche oder Technik zu „semiprofessionellen Mitarbeitern“ geschult wurden und regelmäßig redaktionell tätig waren, rückt in den „Produktionsseminaren“ der sozialpädagogische Gruppenprozeß und die medienpädagogische Zielsetzung in den Vordergrund.¹⁷ Produktionsseminare sind Seminare mit Zielgruppen. Sie sind konzipiert als „Kompaktseminare mit fünf Einheiten, die die Gruppen und ihr Thema auf Sendung bringen. Und zwar so, daß von den Teilnehmern unter fachlicher Beratung auch alles selbst produziert wird“.¹⁸ Erreicht wird dadurch eine inhaltliche Auseinandersetzung mit dem selbstgewählten Thema und ein damit verbundener Gruppenprozeß genauso wie die medienkritische Erfahrung der „Wirklichkeit des Radiomachens“, die emanzipatorische Erfahrung öffentlichen Sprechens und die praktische Fähigkeit, sich eines öffentlichen Mediums bedienen zu können. Die von Hoffmann geforderte Integration von didaktischen und publizistischen Aspekten¹⁹ ist damit zumindest angezielt.

Zum Beispiel: Radioarbeit mit Jugendlichen

Vor allem Jugendliche werden schnell zur Zielgruppe medienpädagogischer Bemühungen. Sie sind in einer „Medienwelt“ aufgewachsen und gehen entsprechend ungezwungen damit um. Produktionsseminare werden vor allem in der Jugendarbeit und in der Schule eingesetzt. Dazu einige Beispiele: In Kooperation von Katholischem Bildungswerk und Katholischem Jugendamt machen seit einiger Zeit Jugendgruppen im Kreis Mettmann Radio. Begleitet von einer hörfunkkundigen Sozialpädagogin nutzen sie ihre wöchentlichen Gruppenstunden, um sich mit einem Thema auseinanderzusetzen und es durch Interviews, Umfragen oder Berichte in einer einstündigen Radiosendung zu präsentieren. Der örtliche Lokalsender „Radio Neandertal“ strahlt diese Sendung dann aus. Jugendkriminalität, Drogen, Ausländerfeindlichkeit – das sind nur einige der Themen dieser Jugendsendungen. „Kirchliche Öffentlichkeitsarbeit“ ist hier ganz eindeutig nicht das ideenleitende Interesse.

¹⁷ Vgl. dazu detaillierter: U. Wallraf, Arbeit mit Radio im Spannungsfeld von Radiojournalismus und Medienpädagogik, in: Medien-Dienst EB 17 (1994) Nr. 51 vom Juli 1994, 3-12; Kurztitel: Wallraf, Arbeit mit Radio. Auch den klassischen journalistischen Kursen, die immer noch erfolgreich durchgeführt werden, kann eine medienpädagogische Dimension nicht abgesprochen werden. Auch wenn es hier für manche Teilnehmer eher funktional darum geht, Radiomachen für die eigene Öffentlichkeitsarbeit oder für spätere berufliche Perspektiven zu nutzen, sind die Kurse dennoch nicht als „kirchliche Journalisten-Schule“ konzipiert.

¹⁸ Ebd., 9.

¹⁹ Vgl. Hoffmann 1994, 232.

In Zusammenarbeit mit verschiedenen Schulen führen die Radio-Werkstätten der örtlichen Katholischen Bildungswerke solche Produktionsseminare in Projektwochen oder Arbeitsgemeinschaften durch. Ziel ist auch hier, einerseits Kenntnisse über Strukturen und Gesetzmäßigkeiten der Medien zu vermitteln und andererseits kommunikative Kompetenz zu fördern.²⁰ Als „Multiplikatorenarbeit“ kann ein Produktionsseminar mit Schülerinnen und Schülern der Fachschule für Sozialpädagogik in Köln gewertet werden. Hier wurde der Kurs speziell als medienpädagogisches Angebot innerhalb der Ausbildung zum Erzieher bzw. zur Erzieherin strukturiert.²¹ Die Teilnehmer sollten gerade im Hinblick auf ihren zukünftigen Beruf die Radioarbeit als medienpädagogische Chance kennenlernen.

Zum Beispiel: Senioren machen Radio

In Produktionsseminaren erwerben auch solche Menschen die Kompetenz, sich in die öffentliche Kommunikation einzumischen, die auf den ersten Blick schwieriger zu erreichen sind. So hat etwa die Radio-Werkstatt im Katholischen Bildungswerk Bonn ein Seminar mit älteren Frauen durchgeführt. Diese produzierten eine Bürgerfunk-Sendung zum Thema „Witwen in Bonn“. Neben der Gewinnung von medienpraktischer Kompetenz und der Herstellung von Öffentlichkeit hatte auch hier die inhaltliche Auseinandersetzung große Bedeutung. „Es ist kein Zufall, daß es sich bei den Teilnehmerinnen bis auf eine Ausnahme selbst um Witwen handelt, die sich selbst und ihre gesellschaftliche und soziale Situation thematisierten.“²² Radiomachen ist jedoch auch dabei mehr als ein methodisches Vehikel. Das Kennenlernen heutiger technischer Möglichkeiten, das Einschätzenlernen von Radiojournalismus und das Bewertenlernen eines Hörfunk-Programms sind weitere wichtige Ziele solcher Seminare.²³

Zum Beispiel: Mit Büchern auf Sendung

Zu Recht mahnt Bernward Hoffmann an, die traditionelle Medienpädagogik habe in Bezug auf die Auswahl der Medien eine verengte Sicht. „So bleibt Medienpädagogik fixiert auf technische Gruppen- oder Massenmedien, m. E. letztlich ein Abstellgleis.“²⁴ Dieser Gefahr der einseitigen Fixierung auf ein technisches Medium entgeht aus verständ-

²⁰ Vgl. dazu insbesondere C. Mies, Schüler machen Radio, in: Impulse 30 (1994) 21. Es handelt sich um eine Zeitschrift, die vom Erzbistum Köln, Hauptabteilung Schule und Hochschule, herausgegeben wird.

²¹ Vgl. dazu den Praxisbericht von G. Hinz, Soziale Arbeit in der Radiowerkstatt im Katholischen Bildungswerk Köln, (unveröff. Manuskript) Köln 1994.

²² Wallraf, Arbeit mit Radio, 10.

²³ Vgl. zu diesem Beispiel U. Wallraf, Seniorenbildung mit Radio. Radiopädagogische Angebote – nicht nur für jüngere, in: Kommunikation und Medien in der Familie. Ein Arbeits- und Lesebuch, hg. von der Katholischen Bundesarbeitsgemeinschaft für Erwachsenenbildung (KBE); erscheint Ende 1994.

²⁴ Hoffmann 1993, 233; vgl. auch Hoffmann 1994, 275.

lichen Gründen gerade die Arbeit der Radio-Werkstätten nicht. Trotzdem ist in jüngerer Zeit ein Projekt gestartet worden, das zumindest die Medien „Buch“ und „Radio“ gemeinsam in Blick nehmen möchte.²⁵ „Mit Büchern auf Sendung“ heißt diese Konzeptidee und wurde gemeinsam mit dem Referat „Katholische Öffentliche Büchereien“ im Erzbistum Köln entwickelt und erprobt.²⁶ In Radio-Schnupperkursen werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Katholischen Öffentlichen Büchereien motiviert, Radioarbeit auf vielfältige Weise in ihre Bücherei-Arbeit zu integrieren. Hörspiel-Workshops für Kinder und Jugendliche, Buchtips von Viellesern und akustische „Literarische Reisen“ von Lesekreisen sind nur einige Akzente aus der Programmpalette. Mit diesem Modell soll versucht werden, einseitige Verengungen und mögliche Konkurrenzen zwischen Medien aufzubrechen und der Vielfalt unserer Medienwelt Rechnung zu tragen. Die gute Resonanz auf die bisherigen Angebote zeigen, daß dieser integrative Weg wohl der richtige ist. Zweifellos ist damit das von Hoffmann geforderte Modell einer „Medienpädagogik als ästhetische Erziehung“²⁷, die Musik, Tanz, Theater und Kunst einbezieht, noch längst nicht erfüllt. Andererseits beschränkt sich zwar diese Replik, keineswegs aber die medienpädagogische Arbeit auf die Radio-Werkstätten.

3. Schlußbemerkungen

Die Arbeit der Radio-Werkstätten im Bildungswerk der Erzdiozese Köln bemüht sich, pädagogische, journalistische und öffentlichkeitsrelevante Dimensionen zu vereinigen. Dabei gibt es in verschiedenen Zeiten und in verschiedenen Kursen unterschiedliche Akzentuierungen. Mit den Produktionsseminaren ist ein Weg beschritten worden, der die (medien)pädagogische Dimension in den Vordergrund rückt. Dies geschieht in dem Bewußtsein, daß Medienpädagogik auch heute noch eine „vordringliche Aufgabe“ ist und es wohl auch noch lange bleiben wird. Gerade die Kirchen haben hier einen Auftrag. In einer Zeit sinkender Finanzmittel, in der auch die Kirchen jedes ihrer Arbeitsfelder im Hinblick auf Sparmaßnahmen kritisch hinterfragen, wird es aber in Zukunft darauf ankommen, die medienpädagogische Arbeit inhaltlich und theologisch zu legitimieren. Daß hier enorme Defizite liegen, hat

²⁵ Zu dem Projekt im einzelnen vgl. Mit Büchern auf Sendung. Eine Planungshilfe, hg. von der Abteilung Medienarbeit des Erzbistums Köln, erscheint Anfang 1995.

²⁶ Es ist im übrigen im Sinne eines medienintegrativen Modells, daß im Zuge einer Neustrukturierung die Referate Medienpädagogik, Privater Rundfunk, Katholische Öffentliche Büchereien und Diözesanfilmstelle in der Abteilung für Medienarbeit (Hauptabteilung Bildung) zusammengefaßt wurden. Der Blick auf „multimediale Projekte“ fällt seit dieser Zeit leichter. Dies ist sicher auch im Sinne des von Hoffmann geforderten Ineinanders und Miteinanders verschiedener Einzelunternehmungen (vgl. Hoffmann 1994, 232).

²⁷ Hoffmann 1994, 229.

Bernward Hoffmann deutlich hervortreten lassen. Andererseits ist die praktische Arbeit, die in den Bistumsstellen geleistet wird, der Theorie oftmals einen Schritt voraus. Diese Ungleichzeitigkeit herauszustellen, war Anliegen dieser Replik. Es ist verbunden mit dem selbstkritischen Hinweis darauf, daß auch eine gute Praxis der systematischen Veröffentlichung bedarf, um in der Theorie wahr- und ernstgenommen zu werden. Auch hier gibt es Defizite, die es aufzuarbeiten gilt.

MEDIEN UND VERKÜNDIGUNG

Zur Sat.1-Fernsehserie „Schwarz greift ein“

„Krimiserie mit Gottes Segen“ Reflexionen zur SAT.1-Serie ‚Schwarz greift ein‘

von Ulrich Fischer

Das „Wort zum Sonntag“ ist nicht allein Kirchenprogramm. „RUND UM DIE NUDEL-Kochkurs“ steht im Pfarrbrief. Ein Veranstaltungshinweis von vielen. Verkündigung sagt dabei natürlich niemand an; es geht um Gemeinschaftsbildung, Auferbauung der Gemeinde. Pastoral mit vielen Facetten. ‚Schwarz greift ein‘ – das „Kirchenprogramm auf der Unterhaltungsschiene“ kündigten die Programmzeitschriften Anfang dieses Jahres 13mal an. 1994 sendet SAT.1 außerdem mehrere 100 Folgen kirchlicher Programme mit den Schwerpunkten Verkündigung und Information. Kirchenprogramme auch in verschiedenen Facetten – und so nicht nur bei SAT.1, sondern bei allen (!) anderen Rundfunkanstalten, entsprechend der vielfältigen Programmstruktur kirchlicher Medienpräsenz.

Die nachfolgende Reflexion plädiert für die Präsenz der Kirche auch im Unterhaltungssektor des Fernsehens. Unabhängig von der Gesamtpalette kirchlicher Serien bei SAT.1 wird zunächst die Historie focussiert, die der Entwicklung und Produktion des „kircheneigenen“ Krimis bei SAT.1 vorausging. Es folgen Aspekte des Engagements der Kirchen im privaten Rundfunk (Hörfunk und Fernsehen) in Deutschland seit Einführung des dualen Systems 1984 und der damit verbundenen Öffnung gegenüber dem Unterhaltungssektor. Vor diesem Hintergrund werden Perspektiven der theologischen Konzeption der Serie ‚Schwarz greift ein‘ skizziert. Für diesen Gesamtrahmen folgt schließlich die Zuordnung von Akzeptanzdaten der Rezipienten.

Unterhaltsame Kirchenprogramme, auch Spielserien sind nichts Neues

Kirchliche Spielfilmserien gehör(t)en im ZDF zum Standard jährlicher Programmkontingente der Kirchenredaktion – neben Verkündigungs- und Informationsprogrammen wie Gottesdienstübertragungen, TAGE-

BUCH und KONTEXT (jetzt: „37 Grad“). Hohe Zuschauerresonanz verzeichneten die öffentlich-rechtlichen „Kirchenserien“ natürlich auch. Das vielleicht bekannteste und in diesem Sinn erfolgreichste Beispiel: „UNSER WALTER“ – über Eltern und ihr aufwachsendes, behindertes Kind. Spitzenquoten blieben den ZDF-Kirchenserien allerdings versagt.

Populäre kirchliche Serien gab es aber bisher nicht. Von den Serien der öffentlich-rechtlichen Kirchenredaktionen zu unterscheiden sind die als „Pfarrerserien“ diskutierten Programme wie „Oh Gott, Herr Pfarrer“, „Mit Leib und Seele“ oder „Wie gut, daß es Maria gibt“ – mit hohen Ratings, produziert von den Kollegen im „profanen“ Programmbereich der „Unterhaltung“. Warum aber fanden die Spielfilmserien der Kirchenredaktionen in der Vergangenheit nie ein so großes Publikumsecho? Vielleicht weil der Etat immer kleiner war als der Rahmen der von vornherein auf Popularität angelegten Serien? Oder weil die Kirchenredaktionen selbst nie auf Massenattraktivität setzten, sondern auf den religiösen Kultur- und Bildungsauftrag? Oder („Das können WIR nicht machen.“) fehlte der Mut zur populären Serie?

Der „Kirchenkrimi“ ‚Schwarz greift ein‘ wurde bewußt konzipiert als massenattraktives Programm. Wie in dem Kooperationsvertrag der beiden großen Kirchen mit SAT.1 vereinbart, wurde zuletzt, nachdem andere Sendeformen wie Verkündigung und Information abgedeckt waren, die Spielfilmserie geplant. Vielleicht erstmalig in der Geschichte des Deutschen Fernsehens war „die Kirche“ selbst, vertreten durch ihre Beauftragten, und nicht die Kirchenredaktion einer Sendeanstalt, vertraglich gefordert, eine „Serie“ für eine der größten deutschen Fernsehanstalten zu entwickeln, die einerseits der „Vermittlung von christlichen Wertvorstellungen“ gerecht wurde und andererseits integrativ für den Unterhaltungsbereich von SAT.1 sein sollte – dies auch im Sinn einer Quotenstabilität im Serienbereich. Es mußte also Ziel sein, schon in der Stoffentwicklungsphase ein breites Massenpublikum zu berücksichtigen und schließlich zu beweisen, daß sich „die Kirche“ auch in einem ausschließlich „auf Quote“ ausgerichteten Medium behaupten kann. Nur unter dieser Prämisse war der Stoff für eine Kirchenserie zu erarbeiten. Ohne den Mut und die Absicht, mit Religion/Kultur auch und gerade im Unterhaltungsbereich ein großes Publikum erreichen zu wollen, ist bei einem kommerziellen TV-Anbieter „Kirchenprogramm“ nicht zu „normalen“ Sendezeiten plazierbar – es sei denn in den Nischen, die jeder private Programmdirektor dafür anbietet: Sonntagmorgens um sechs Uhr. Die Einschaltquote ist zu dieser Zeit kaum meßbar.

Die populäre, kirchliche Unterhaltungsserie läßt sich theologisch einordnen

„Massenattraktivität“, allein um der Quote willen, kann natürlich kein Kriterium für die Produktion kircheneigener Serien sein. Andererseits ist das Kriterium der Popularität nicht negativ. Im Gegenteil: Mit solchen Programmen sind die an konventionellen Kirchensendungen

Desinteressierten zu erreichen. Die Fernstehenden gilt es aber auch als Zielgruppen für kirchliche Medienaktivitäten miteinzubeziehen. Die „Magna Charta“ kirchlicher Medienarbeit, die Pastoralinstruktion ‚Communio et progressio‘ beschreibt einen „obersten Grundsatz“, wenn sie fordert, die Instrumente der sozialen Kommunikation zu nutzen, um die Menschen in immer engere Verbindung zueinander zu bringen. Es geht um die Auferbauung der Gemeinschaft, wobei die Pastoralinstruktion Heilsgeschichte und Sachgerechtigkeit berücksichtigt wissen will. Dabei erkennt sie die „Eigengesetzlichkeit“ der Medien an. Die Vision der Pastoralinstruktion von der „Gemeinschaft“ wird umso dringlicher, führt man sich die zunehmende Entfremdung getaufter Christen von der Kirche als Entfremdung von der Gemeinschaft der Glaubenden vor Augen, die nach einer Allensbach-Untersuchung (1993 von der Dt. Bischofskonferenz in Auftrag gegeben) zum Kirchenaustritt führt. Diese Entfremdung findet vielleicht auch eine Ursache darin, daß die Kirche selbst ihre Präsenz im TV-Sektor ‚Unterhaltung‘ bisher eher ablehnte. Einfaches Beispiel: Für alle Rundfunkredaktionen unproblematisch ist es, „kirchliche Würdenträger“ zu theologischen Fachdiskussionen in eher konventionelle Kirchenprogramme zu bitten; fast unmöglich dagegen ist es, dieselben Gesprächspartner in unterhaltsame Talkshows mit Kirchenkritikern an einen Tisch zu bekommen.

Ein in die Programmphilosophie des Fernsehsenders „integriertes Kirchenprogramm“ wie ‚Schwarz greift ein‘ wird sicher keine Kirchenaustrittswelle stoppen, was auch nicht Ziel eines solchen Programms ist. Aber die Präsenz der Kirche auch im Unterhaltungsalltag des Fernsehens mag, im Zusammentreffen mit pastoralen Aktivitäten vor Ort, jener Entfremdung vorbeugen, die es verhindert, daß sich Gemeinschaft kontinuierlich neu aufbaut. Es ist müßig, in kirchlichen Botschaften und Leitworten, in biblischen Texten und Konzilsdekreten nach Belegen zu suchen, mit denen Verbindungen zwischen den Eigengesetzlichkeiten der Medien und dem Verkündigungsauftrag im engeren Sinn herzustellen sind. Dies ist schon allein deshalb so, weil Verkündigung heute mehr denn je „von den Dächern“ betrieben wird und zwar, vor allem im Rundfunk, in einer Formenvielfalt, die längst über das Verständnis von klassischer Wortverkündigung hinausgeht. „Verkündigung“ wird eben nicht mehr nur von der Exegese betrieben, sondern auch umgekehrt auf sie hin. Vielleicht gelingt es gerade in dieser Richtung in den Medien – auch in populären, unterhaltsamen Programmen – christliche Wertvorstellungen wieder ins Gespräch zu bringen und so die im normalen Unterhaltungsprogramm nicht selten ausgeblendeten religiösen Bezüge, die unbedingt zur menschlichen Realität gehören, neu zu akzentuieren. Genau hier liegt möglicherweise für manche der Stein des Anstoßes. Christliche Vorstellungen über populäre TV-Serien ins Gespräch zu bringen, gehört eben noch nicht zum Allgemeingut christlichen Verständnisses vom Gebrauch der Massenkommunikationsmittel.

Unterhaltsame, kirchliche Radioprogramme sind, im Gegensatz

zu entsprechenden Fernsehsendungen bereits akzeptiert. Von der Öffentlichkeit eher unbemerkt sind kirchliche Programme bei privaten Radiosendern längst in die „Unterhaltungsschienen“ integriert. Im Gegensatz nämlich zu den öffentlich-rechtlichen Anstalten, die mit konfessionellen Fachredaktionen ihren „Kultur- und Bildungsauftrag“ wahrnehmen, was so, in Gewichtung der Säulen des dualen Systems, von den Kirchen in jüngster Zeit immer wieder ausdrücklich begrüßt wird, befreit der Gesetzgeber die primär kommerzielle Konkurrenz von einem derart umfangreichen Auftrag. Fast alle „privaten“ Programm Direktoren fürchteten die ihnen im Rundfunkstaatsvertrag auferlegte und nicht näher definierte „Berücksichtigung gesellschaftlicher Gruppen“, vor allem im Zusammenhang mit der Vorschrift „Den Kirchen sind auf Antrag Sendezeiten einzuräumen“. Sie erwarteten blockierende Kirchenthemen, die die immer unterhaltsame Programmstruktur unterbrechen und so als permanentes Damoklesschwert in das „tiefe Tal der Quoten“ verweisen könnten. Gut fünf Jahre nachdem die ersten Happy-Hip-Hop-Wellen ihren Hitmix in den deutschen Äther jagten, scheint das Problem erledigt. In den landesweiten, privaten und vor allem populären Hörfunkstationen sind die Kirchen auf geradezu wundersamer Weise mit zum Teil deutlich mehr eigenproduzierten und verantworteten Programminuten pro Woche vertreten als in staatlichen Funkhäusern auf den mittlerweile ebenfalls durchhörbaren populären Frequenzen.

Die Hörer akzeptieren die in die generelle Programmphilosophie integrierten Programme, die ohne Kanzelton, Kirchensprache und moralischen Zeigefinger produziert werden und vor allem das Ziel haben, Religion und Kirche ins Gespräch zu bringen. Im privaten Hörfunk deutet sich, nach einer vergleichsweise kurzen Experimentierphase das Gelingen der schwierigen Gratwanderung zwischen Kultur und Unterhaltung an, weil realisiert wurde, daß sich die Kirchen sehr wohl auch im Unterhaltungssektor sinnvoll und mittlerweile unumstritten einbringen können. Anders gewendet: Kirchliche Programme integrieren sich tatsächlich in die Philosophie der Sender. Zwar um den Preis, daß der Primat der klassischen Verkündigung von der Exegese her weitgehend aufgegeben wurde. Aber die Kirchen sind mit ihrer Botschaft präsent, nicht in Nischen und minoritären Kulturspartenprogrammen, sondern auf populären Wellen. Wichtig in diesem Zusammenhang: Den „Raum“ für die den Kirchen ureigensten Darstellungsformen erhalten sie ausschließlich bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten. Insofern ist das kirchliche Engagement bei den „Privaten“ kein „Überlaufen“, sondern nur das legitime Recht, alternative Formen in Medien, die „neu“ sein wollen, zu nutzen.

Die parallele Entwicklung der Kirchenprogramme bei privaten Fernsehsendern in Richtung Unterhaltung wurde bisher kaum wahrgenommen. Erst mit der Ausstrahlung der TV-Serie ‚Schwarz greift ein‘ und deren Höchstquoten erfolgt die Wahrnehmung dieser Entwicklung. Damit entstand Diskussionsbedarf. Jetzt erst wird auch öffentlich

registriert, daß die Kirchen im Privatfernsehen dabei sind. Einen Moment noch beim Hörfunk verbleibend, erschließt sich eine weitere Parallele, die im Zusammenhang mit der Austrahlung des Kirchenkrisis jetzt erst für den Bereich des Fernsehens realisiert wurde. Es geht um die finanzielle Beteiligung der Kirchen.

Exkurs: Die Finanzierung kircheneigener Hörfunk- und Fernsehprogramme

Kaum jemand fragt mehr nach dem finanziellen Einsatz der Bistümer und Landeskirchen bei den privaten Radiostationen. Nach längeren Projektphasen kam es überall in Deutschland zur Errichtung eigener Studios, in denen von der Kirche angestellte Redakteure Radioprogramme produzieren, die den privaten Sendern „wunschgemäß“ geliefert werden. Der von den Kirchen dafür zur Verfügung gestellte finanzielle Rahmen bietet den öffentlich-rechtlichen Sendeanstalten sicher keinen Anlaß zur Kritik, da die Bereitstellung von Beauftragten und ihren Büroapparaten und deren programmbegleitende Arbeit sich mindestens in einem ähnlichen finanziellen Rahmen bewegt. Dabei war das Privatfunkengagement nur möglich, weil die Enttabuisierung der Produktion bei den privaten Radiostationen durch Selbstfahrerstudios betrieben wurde und gleichzeitig die Kosten für kircheneigene Studio-technik und -betrieb mit modernen Produktionsmitteln kaum mehr ins Gewicht fallen. Mit Software für „ein paar Hunderter“ lassen sich heute auf jedem handelsüblichen PC Hörfunkbeiträge produzieren.

Auch bei privaten Fernsehsendern beteiligen sich die Kirchen finanziell, allerdings „unter dem Strich“ in einem niedrigerem Ausmaß, als sie das öffentlich-rechtliche System über eine Vielzahl von personellen und materiellen Bereitstellungen für deren zum großen Teil gänzlich anderen Produktionsbereich stützen. Dabei geht es vor allem um die Realisation der der Kirche nahestehenden, traditionellen Programmformen wie Gottesdienstübertragungen.

Bei den bundesweiten privaten Fernsehsendern errichten die Kirchen im Gegensatz zur Entwicklung im privaten Hörfunkbereich keine eigenen Redaktionen. Installiert werden die kirchlichen Programme bei den privaten Fernsehsendern auf Initiative der Kirchlichen Beauftragten, entsprechend dem Kooperationsvertrag auf der Basis des Rundfunkstaatsvertrags. Katholischerseits wird der Beauftragte von der Zentralstelle Medien der Deutschen Bischofskonferenz und einem Programmrat begleitet. In Abstimmung mit der Geschäftsführung und den zuständigen Programmdirektoren der jeweiligen privaten Fernsehsender werden die einzelnen Programme dann produziert. SAT.1 beauftragte inzwischen wegen des hohen Volumens der Kirchenprogramme, eine eigene Redakteurin für den Bereich Information. Sie ist allerdings nicht für den Sektor Spielfilm/Serie tätig, in dem die Produktion der Serie ‚Schwarz greift ein‘ vorbereitet wurde. Der ev. und kath. Kirchenbeauftragte bilden zusammen mit den Verantwortlichen bei SAT.1 ein der klassischen Kirchenredaktion ähnliches ad-hoc-Team

zu den jeweiligen Produktionen, wobei die theologische Redaktion bei den Beauftragten liegt.

Grundsatzentscheidung für die populäre Kirchenserie ‚Schwarz greift ein‘

1991 entschieden sich die ev. und kath. SAT.1-Beauftragten, mit Rückbindung an die kirchl. Gremien, für die Produktion einer ins Programmumfeld von SAT.1 integrierten Kirchen-Spielfilmserie mit dem Arbeitstitel „Ein Fall für Schwarz“. Eine ökumenische „Programmgruppe“ als Vorläufer des heutigen dem Beauftragten zugeordneten Programmrats, stellte zunächst die „Unterstützung eines solchen ‚trivialen‘ Stoffs in Frage“, kam aber schließlich „bei aller Würdigung kritischer Einwände“ zu dem Ergebnis, daß die „Realisierung dieser Programmidee eine gute Chance sei, in einem fernsehspezifischen Umfeld – wie es der Krimi nun einmal darstellt –, auch spezifisch christliche Handlungsweisen in einem säkularen Umfeld zu vermitteln“. Bei der Serienstoffpräsentation führt (wegen der Vakanz des SAT.1-Beauftragten 1990) Dr. Mathias-Johannes Fischer, Geschäftsführer der Allgemeinen gemeinnützigen Programmgesellschaft mbH (APG) aus, „was für den christlichen Krimi spricht ...“. Diese erste theologische Reflexion des „Kirchenkrimis“ soll wegen ihrer grundlegenden Bedeutung hier auszugsweise zitiert werden:

„Es gibt im deutschen Fernsehen Serien ..., in denen Priester, Pfarrer oder Nonnen die Hauptrolle spielen. Häufiger jedoch erliegen die Spannungsdramaturgien ... der Gefahr, Kirche und Glaubensaussagen nur als neues, interessantes Spielmateriale einzusetzen, ohne den inhaltlichen Mehrwert zu nutzen. Wo das ansatzweise – freilich mit der Tendenz zur Problematisierung – gelingt... wird dies mit einem Verlust an Unterhaltsamkeit und niedrigen Einschaltquoten bezahlt. Aufgrund dieser Erfahrung verbot sich eine einfache Nachfolgekonstruktion und die Etablierung einer neuen, weiteren Pfarrer-Figur. ‚Ein Fall für Schwarz‘ ist keine Pfarrer-Serie, sondern eine Krimiserie und trotzdem christlich. Der Krimi als realitätsorientiertes Genre, das den Zuschauer von jeher nachdenklicher macht als das reine Unterhaltungsprogramm nach dem Muster des allgemein menschlichen ‚Traumschiffs‘, erhält mit ... dem Pfarrer als Detektiv eine neue, eine christliche Qualität. Der normale Kommissar erfüllt Staatsdienste, der Christ ein freiwilliges Glaubensbekenntnis. Schwarz vereinigt beides in sich. In guten Krimis muß sich der Kommissar häufig selbst mit seiner Rolle als sogenannter Gesetzeshüter auseinandersetzen... Dieses Prinzip der Distanzierung von der klassischen Kommissar-Rolle, die auf blinde Diensttreue verpflichtet, ist auch die Grundlage für ‚Ein Fall für Schwarz‘. Schwarz hat sich einmal biographisch durch den Berufswechsel, dann aber auch permanent in jeder Folge von der Illusion verabschiedet, der Täter wäre in jedem Fall sein Todfeind und wäre wie ein Stück Wild zur Strecke zu bringen. Schwarz war schon zu Dienstzeiten und nun erst recht ‚der Pfarrer‘, der durch seine vorsichtige Moral in Täter und Tatverdächtige differenziert und so jedem platten Plot vorbeugt und keiner vorschnel-

len Lösung aufsitzt. Genau das macht die beschriebenen Fälle einerseits als Krimis interessant, sowie andererseits auch im Sinne einer christlichen Moral beispielhaft und beispielgebend. Pfarrer Schwarz ermittelt nicht nur, er vermittelt auch. Es wird nichts beschönigt und nichts verschwiegen, aber es geht nicht nur um Schuld, sondern genauso um das Schuldig-werden, um Vergebung und Treue ... es passieren Morde, ... nur drei in dreizehn Folgen, kleine und große Betrügereien. Es geht um Treue, Liebe, Eifersucht, Enttäuschung und Tod. Dramatisierte Alltagssituationen, in denen sich der Mensch, der Christ bewähren muß. Echte Herausforderungen, die jeder wirkliche Pfarrer kennt. Pfarrer Henning Schwarz steht mittendrin in der Welt, bezieht Stellung und greift ein, obwohl er jedesmal beteuert, es sei dies sein letzter Fall gewesen und er habe sich nun wieder mehr seinen eigentlichen Pfarrertätigkeiten zu widmen. Doch diese müssen nicht mehr gezeigt werden, der Zuschauer kennt sie schon aus alten Pfarrerserien."

Theologische Konzeption des „Kirchenkrimis“

Grundsätzlich steht also weder der konventionelle, seelsorgerliche Alltag des Pfarrers im Vordergrund, wie in ‚Mit Leib und Seele‘, noch der Priester selbst, wie er etwa in Bernanos ‚Tagebuch eines Landpfarrers‘ beschrieben wird. Mittelpunkt der Krimiserie sind entsprechend dramatische Schicksale der aktiven und vor allem auch passiven TV-Gemeindemitglieder der St. Antonius-Pfarrei im Frankfurter Bahnhofsmilieu. Menschen, die durch Verbrechen – theologisch: Sünde – oder die Konfrontation damit an ihre Grenzen stoßen. Fernsehpfarrer Schwarz weiß, daß Scheitern zu den Grunderfahrungen auch seines Lebens gehört. Deshalb resigniert er nicht, sondern *greift ein* – wenn Opfer bei ihm seelsorgerliches Verständnis und tatkräftige Hilfe zum Beweis der eigenen Unschuld suchen, aber natürlich auch, wenn die Täter um Vergebung für ihre Schuld bitten. Während die Polizei die Täter „nur“ hinter Gitter bringen will, verfolgt der Pfarrer andere Ziele: die Opfer rehabilitieren und entschädigen. Die Täter will er zur Umkehr bewegen und so die Spirale des Verbrechens und der Gewalt unterbrechen. Letztlich hilft er dem Menschen in Not genauso wie dem in Schuld – mit detektivisch unkonventionellen Methoden, Charme, Humor und zuweilen „himmlischen Tricks“.

Der „Detektiv Gottes“ bezieht aus seinem eigenen festen Glauben, seiner Autorität als Pfarrer und natürlich seiner Erfahrung als „Ex-Fahnder“ die Kraft, das Schicksal zu wenden und „den Himmel zu erden“. SCHWARZ, den seine Gemeindemitglieder immer wieder in neue Kriminalfälle verwickeln, steht dafür, daß die Hoffnung auf eine transzendente Gerechtigkeit nicht unbegründet ist. Dabei vertraut er nicht auf Wunder, sondern schreitet selbst aus seiner Überzeugung des Glaubens heraus zur Tat gegen jede Gewalt und das Böse.

Glaube wird auch durch spannende Geschichten, auch

Kriminalgeschichten, von Menschen weitergegeben, die für religiöse Werte eintreten. In unserer Zeit umso mehr, als religiöse Dokumentationen und Reportagen kaum noch Zuschauermassen erreichen. Bei aller Kritik und Distanz zur Kirche ist ja die Faszination des Religiösen ungebrochen. Deshalb „benutzen“ zahlreiche Werbefilmer und Spielfilmproduzenten christliche Symbole und Mysterien sowie biblische Bilder, um daran kommerziell anzuknüpfen. „Schwarz greift ein“ erzählt dagegen vom Glauben im ursprünglichen Sinn: Die Geschichte von dem, der auf Gott vertraut. Zum Sinnbild der Arbeit des ganz anderen Fernsehpfarrers wird der Name des Schutzpatrons seiner Kirche, „St. Antonius“. Der Heilige steht dafür, Verlorenes wiederzufinden. In der Serie gilt es für ihn, in ausweglosen Situationen mit Dealern, Miethaien, Bänkern, Zuhältern und korrupten Industriebossen, den Menschen zu helfen und für sie Hoffnung auf ein lebenswertes Leben wiederzufinden. Mehr noch: Für SCHWARZ geht es um den Aufbau einer Gemeinschaft, in der Minderheiten nicht ausgeschlossen sind. Gleichsam wie Jesus sich gegenüber dem Zöllner verhält, „erbarnt“ sich Schwarz der Prostituierten, Dealer, Asylanten und der kleinen Gauner, die von der Gesellschaft nicht akzeptiert, im ‚Sündenpfuhl‘ des Frankfurter Bahnhofsviertels leben. Das führt zu Auseinandersetzungen mit den „Gerechten“: Alteingesessene Gemeindemitglieder fordern „Ordnung“. Schwarz gelingt es, die Ausgegrenzten mit den vermeintlich Engagierten zu versöhnen – eine „lebendige“ Gemeinde, Gemeinschaft aufzubauen.

„Schwarz greift ein“ ist keine „Pfarrerserie“. Dramaturgisch gewichtig: Die Darstellung des Pfarreralltags wird minimiert zugunsten der Spielhandlung. Wenn also z.B. Predigten in den Serienfolgen nur kurz „angespielt“ werden, dann weil der Inhalt dieser Verkündigung sich dem Zuschauer aus der den einzelnen Folgen jeweils zugrunde liegenden Handlung erschließt. Der „Sitz im Leben“ wird so über die für den Film so wichtige Handlung erreicht, über Werke, die den Worten vorausgehen oder folgen. Wenngleich die meisten Fälle der Fernsehserie fiktiv konstruiert sind, so beruhen sie doch auf einzelnen wahren Begebenheiten, Mosaiksteinchen gleich, die die Drehbuchautoren während ihrer Recherchen bei Polizeipräsidien und Geistlichen in ganz Deutschland zusammengetragen haben und dann zu jeweils einer Folge, einer „Geschichte“ zusammensetzten.

Kritik an der Serie als Kritik an der Präsenz der Kirche im Unterhaltungssektor

Einmal abgesehen von der finanziellen Beteiligung der Kirche scheint der entscheidende Punkt, der die Diskussion um „Schwarz greift ein“ auslöste, die Schere zwischen der erwarteten Darstellung der Realität, fast schon im Sinn eines Dokumentarfilms und der notwendigen Dramaturgie einer klassischen Unterhaltungsserie, speziell einer Krimiserie, zu sein. Die Inszenierung eines idealtypischen Seelsorgers für „arme Seelen im Frankfurter Bahnhofsviertel“, der so höchst selten

wirklich in den Gemeinden vor Ort zu finden ist und den unrealistischen „Fahnder-Akzent“, sowie dramaturgisch notwendige Überhöhungen, die zuweilen leider tatsächlich in Klischees abgleiten, veranlaßten viele Kritiker und Geistliche zu einer grundsätzlichen Ablehnung dieses kirchlichen Unterhaltungsprogramms. Interessanterweise bestätigen etliche Pfarrer aber auch Wirklichkeitsnähe: Sie berichten, daß ihre Gemeindeglieder tatsächlich „Seelsorger mit Leib und Seele“ einfordern, die sich nach dem Vorbild der TV-Pfarrer unkonventionell für die Alltagsorgen und Nöte ihre Gemeinden einsetzen. „Echte Pfarrer“ aber fühlen sich scheinbar zuweilen von den fiktiven Vorbildern im Fernsehen überfordert und verweigern sich, die positive Utopie Gemeinschaft neben dem Kult gleichermaßen aufzubauen. Ein weiteres Moment aller Kritik erscheint ebenfalls höchst ambivalent: der *Schwarz* angeblich mangelnde „missionarische Eifer“: Einerseits beklagt von Kritikern wie Zuschauern, die gerade doch nicht vereinnahmt werden wollen, fordern sie dieses Handlungsmotiv als grundsätzlich zwingend nicht nur für die Spielhandlung, sondern für die Gesamtproduktion der „Kirchenserie“ ein. Ausgedrückt wird dies in der primitiven Unterstellung, eine kircheneigene TV-Serie wie *Schwarz greift ein* müsse letztlich doch das Ziel verfolgen „die Kirchen wieder voll zu bekommen“. Ein Vorwurf, der übrigens auch auf die „Kommunikationsinitiativen“ von PR-Agenturen im Auftrag einiger Bistümer und Landeskirchen zutrifft. Konsequenterweise wurden immer wieder Verbindungen zwischen *Schwarz* und den PR-Aktionen gezogen, obwohl diese absolut unabhängig voneinander entstanden sind.

Die Undifferenziertheit der Begriffe „Mission“ und „Verkündigung“, bezogen auf die Präsenz der Kirche im Fernsehen, vor allem im Unterhaltungssektor, führt vielleicht zum Grund aller Mißverständnisse. Weder soll *Schwarz greift ein* direkt Kirchenaustritte verhindern, noch soll das „Wort zum Sonntag“ ein aktueller Werbespot für den Gottesdienst sein. In den „flüchtigen Medien“ Hörfunk und Fernsehen ist eine Pastoral, gerichtet auf die „eucharistische Mitte“, wie in den Gemeinden vor Ort, wo allein die Möglichkeit besteht, konkret Gemeinschaft aufzubauen, sicher genausowenig möglich wie mit allen anderen Kommunikationsmitteln. Aber: Außerhalb der Gemeinde verweist alle „Rede von Gott“ auf sie selbst als die Zelle, in der allein Gemeinschaft und Kult möglich sind. Im literarischen Sektor ist diese Erkenntnis längst zum unangefochtenen Fundament kirchlichen Engagements geworden. In den vergleichsweise jüngeren und jüngsten (neuen) Medien besteht offensichtlich immer noch Klärungsbedarf über den „Gebrauch dieser Kommunikationsmittel“.

Mangelnder „missionarischer Eifer“ beschreibt andererseits zu recht die schwierige Gratwanderung bei der Programmproduktion. „Zuviel“ drängte den Handlungsstoff in Richtung einer theologischen Fernsehspielreihe; „zuwenig“ offenbarte die Schwachstellen dieses Versuchs, „Kirche“ in populäre Serien zu integrieren. Um Korrekturen bei der Fortsetzung der Serie zu ermöglichen, wurde deshalb eine qualitative Akzeptanzanalyse in Auftrag gegeben.

Zuschauer akzeptieren die kirchliche Unterhaltungsserie

Jenseits vermeintlich professioneller und binnenkirchlicher Kritik, die den Versuch einer kircheneigenen Unterhaltungsserie aufgrund eines überhöhten Anspruchs nicht akzeptieren kann, urteilen die Zuschauer anders. Mit durchschnittlich 6,6 Mio. Zuschauern pro Folge und einer Spitzenquote, die bisher ein in Deutschland produzierter Serienpilot bei privater Fernsehsendern erreichte, war das Interesse der Rezipienten grundsätzlich positiv. Blieb die Frage, wie die Zuschauer das Programm aufnahmen. Nach einer von der Kirche selbst in Auftrag gegebenen Studie zur „Akzeptanz und Bewertung der Serie bei einem repräsentativem Sample des Massenpublikums“, durchgeführt vom „Institut für Kommunikationsforschung und Medienarbeit an der Hochschule für Philosophie München“, anerkennen die Zuschauer ‚Schwarz greift ein‘ zunächst einmal „als eine Unterhaltungsserie ... bei der man sich entspannen und gleichzeitig anregen (!) lassen konnte. Vor allem der Schauplatz wurde als interessant, die handelnden Personen als lebensnah, wichtig und auch informativ bezeichnet. Positiv hervorgehoben wurde fast durchwegs der deutliche Verzicht auf Gewaltszenen Die Hauptdarsteller und ihre Leistung hatten die Sympathie der Befragten ... Die in der Serie gewählten Themen und Probleme werden als sozial, aktuell oder wichtig bezeichnet – und liegen damit in der Linie derjenigen Themen, welche die Befragten in Sendungen ‚mit Unterstützung der Kirchen‘ behandelt wissen wollen.“

Wenngleich die „Testzuschauer“ das Programm natürlich auch negativ kritisierten („Zuwenig Pfarrer – zu viel Fahnder“; zuwenig Action; zu wenig geistreich), so bleibt doch festzuhalten, daß sie die Serie in erster Linie genauso einordneten, wie sie von der Konzeption her gedacht war: nicht als Verkündigungs- oder Missionsprogramm. Gleichwohl akzeptierten sie aber die Absicht, Religion und Kirche ins Gespräch zu bringen. „Im Vergleich mit anderen Pfarrerserien ... kommt SCHWARZ ... meist schlechter weg“, analysiert das Institut, aber andererseits wird die Serie auch nicht als Pfarrerserie eingestuft, sondern eben als „Unterhaltungsfilm“, als „Märchen-Krimi“, der „eindeutig vom Hauptakteur Pfarrer Schwarz geprägt“ sei. Dabei werden die über Schwarz in der Serie angesprochenen Themen laut der Akzeptanzuntersuchung von den Zuschauern angenommen. „Sterbehilfe, Kindesmißhandlung, Drogen, Gewalt, Asyl, Arbeitslosigkeit etc.“ eignen sich nach Meinung der Testzuschauer für eine solche „Unterhaltungsgeschichte“, die laut der Akzeptanzuntersuchung eher „kirchlicher Öffentlichkeitsarbeit“ zugeordnet wird. Genau diese Themenbereiche bildeten im Verlauf der ersten Staffel die „Geschichten“, was die Akzeptanzuntersuchung allerdings nicht voll erfassen konnte, da sie nur auf der Basis der ersten fünf gesichteten Folgen beruhte.

Die Akzeptanzuntersuchung versuchte auch Einstellungen zum Engagement der Kirche bei der Serie abzufragen. „Vorfinanzierung durch die Kirche und inhaltliche Einflußnahme“ wurden kontrovers

diskutiert, aber nicht grundsätzlich abgelehnt. „Akzeptiert wird kirchliche Öffentlichkeitsarbeit meist dann, wenn sie mit wichtigen und die Menschen bewegenden Themen verbunden wird“, dokumentiert die Analyse. Und weiter: „Gleichzeitig schätzen die Befragten die Wirkung dieser Öffentlichkeitsarbeit als begrenzt ein ...“ Diese „begrenzte Wirkung“ entspricht der Logik des Unternehmens. Eine kirchliche Unterhaltungsserie bleibt eben nur eine Facette kirchlicher Programme in einem Fernsehsender, die aber zum Gesamtangebot wesentlich dazugehört.

Fazit

Die integrative Präsenz der Kirche im Unterhaltungssektor des Fernsehens erscheint unter Berücksichtigung pastoraler Abwägungen nicht nur als legitim, sondern sogar als gefordert. Umso mehr, als angesichts der zunehmenden Ausrichtung der populären Fernsehprogramme auf den Unterhaltungssektor die Frage nach der Präsenz der Kirche im Unterhaltungsbereich dringlicher Antwort bedarf. Sie betrifft die privaten Fernsehsender wie die öffentlich-rechtlichen gleichermaßen, berücksichtigt man die „Annäherung der Systeme“, die heute immer wieder beklagt wird. Grundlegend bedarf es dabei einer erneuten Reflexion der Koordinaten „Verkündigung“ und „Öffentlichkeitsarbeit“, die sich nicht abgrenzen, sondern ergänzen, in Bezug auf die Eigengesetzlichkeit des Mediums. Das Thema wird zurecht kontrovers diskutiert, weil es bisher zu wenig bedacht wurde. Ziel der Auseinandersetzung muß dabei einerseits der Qualitätsfortschritt der Programme sein und andererseits die Neuentwicklung weiterer unterhaltssamer Programmangebote. Innerhalb kirchlicher Medienausbildung sind Reflexionen zur Präsenz der Kirche im Unterhaltungssektor seit kurzer Zeit Basis für sogenannte Drehbuchwerkstätten, in denen neue Programmkonzepte entwickelt werden. Schwarz wird sicher nicht der letzte Fernsehpfarrer sein. Vielleicht ist der nächste Hauptdarsteller schon ein echter Geistlicher ...

Können Unterhaltungs-Serien religiöse Inhalte transportieren?

von Eckhard Bieger

Die Idee, Pfarrer zu Protagonisten von populären Fernsehserien zu machen, wurde nicht im Raum der Kirche, sondern in den entsprechenden Fernsehredaktionen und bei Produktionsfirmen geboren. Die Fachredaktionen für Religion, Kirche und Gesellschaft waren an diesen Projekten nicht beteiligt und standen den Vorhaben eher kritisch gegenüber.

Überraschend war für alle der Erfolg der ersten dieser Serien „O Gott Herr Pfarrer“. Die Einschaltquote dieser Serie, die am Montagabend ausgestrahlt wurde, nahm ständig zu, erreichte teilweise über 40% und einen Marktanteil von 60%. Diese Traumwerte sind heute nicht mehr zu erzielen, seitdem RTL und SAT 1 von über 80% der Haushalte empfangen werden können. Parallel zur Serie mit dem evangelischen Pfarrer, die der Süddeutsche Rundfunk produziert hatte, entwickelte und produzierte das ZDF eine Serie mit einem katholischen Pfarrer als Protagonisten. Sie war ganz auf den Hauptdarsteller Günther Strack zugeschnitten. Ausgangspunkt dieser Serienidee war die Überlegung, daß Günther Strack in einer Serie einmal eine Hauptrolle spielen sollte, was er bisher im Fernsehen noch nicht getan hatte. Die Popularität dieses Schauspielers war bekannt, es mußte eine große Rolle gefunden werden, um sie erfolgreich umzusetzen. Ein wichtiges Motiv für die Redaktion im ZDF war es, einmal eine erfolgreiche Serie zu machen, die nicht eine Familien-Serie war. Vor allen Dingen deshalb wählte man einen katholischen Pfarrer als Heldenfigur.

Der Erfolg der beiden Pfarrer-Serien bereitete den Boden dafür, daß auch private Fernsehveranstalter Serien mit religiösen Protagonisten als erfolgversprechend einschätzten.

Die Kirche mußte auf diese populären Programme reagieren. Es war auch nicht allein eine Frage, die die Medienleute in der Kirche beschäftigte, sondern der Pfarrer, die Gemeindereferentin, der Pfarrgemeinderat waren betroffen, da sie sozusagen ihr Spiegelbild im Fernsehen betrachten konnten. Wie kann man solche Programme einordnen?

Eckhard Bieger SJ ist kirchlicher Rundfunkbeauftragter und der Leiter der „Katholischen Fernseharbeit beim ZDF“ in Mainz.

Die Infragestellung des bisherigen kirchlichen Konzeptes für religiöse Fernsehsendungen

Die Kirche lebt von Selbstverständlichkeiten, z. B. daß am Sonntagmorgen Gottesdienste gefeiert werden, daß man kirchlich heiratet und kirchlich beerdigt wird, daß es Religionsunterricht bzw. Katechese gibt. Ähnlich selbstverständlich war bis zum Auftauchen der Unterhaltungsserien mit religiösen Protagonisten auch die Vorstellung, wie kirchlich-religiöse Programme aussehen sollten. Die Konzeption dafür war bei der BBC entwickelt worden und hat selbst einige Jahre in den USA funktioniert. Die Kirchenredaktionen in den nach-kommunistischen Sendeanstalten Osteuropas haben ohne Diskussion das gleiche Konzept übernommen. Es gibt auf der einen Seite Gottesdienst-Übertragungen und andere Sendeformen, die liturgische Elemente aufgreifen. In England war das über Jahrzehnte hinweg geistliche Chormusik, in der das reiche musikalische kirchliche Leben Englands seinen Niederschlag fand. In Deutschland hat man Vespertagesdienste entwickelt. Ergänzend zu diesen in Deutschland als „Verkündigungs-Sendungen“ bekannten Programmformen gab und gibt es die Berichterstattung über kirchliche Vorgänge und kirchliches Leben. Dies wird in der Form von Magazin-Sendungen, die jeweils aus mehreren Informationsblocks bestehen bzw. dreißig- oder fünfundvierzigminütigen Fernseh-Features gemacht. Man geht davon aus, so z.B. im Staatsvertrag für das ZDF, dessen Formulierungen in den Rundfunkgesetzen verschiedener ARD-Sender übernommen wurden, daß die Kirchen das Recht haben, religiöse Handlungen zu übertragen und zu gesellschaftlich wichtigen Fragen Stellung zu nehmen. Die Feature-Programme galten als die beste Möglichkeit, in der Vertreter der Kirche in Statements oder Interviews, eingebettet in eine Problemendarstellung, kirchliche Positionen verdeutlichen konnten. Solange es wenige Fernsehprogramme gab, wurden diese Sendungen auch verhältnismäßig häufig gesehen. Mit dem Aufkommen des unterhaltungsbestimmten Privatfernsehens sanken die Einschaltquoten dieser Feature-Programme jedoch. Allerdings liegen sie auch heute noch über den Kultur-Features, die am untersten Ende der Zuschauerakzeptanz rangieren.

Probleme des von der BBC formulierten Konzepts religiöser Programme

In den meisten Ländern werden Gottesdienst-Übertragungen als unproblematisch gesehen, nur in Deutschland gibt es darüber eine intensive theologische Auseinandersetzung. Für die Sendeanstalten sind diese Programme ebenfalls unproblematisch, da die Bereitstellung der Übertragungskapazitäten genügt, um solche Sendungen zu realisieren. Das einzige Problem sind die Kosten, da Live-Übertragungen im Vergleich zu der Zuschauerquote, die man erreichen kann, verhältnismäßig teuer sind. Je später allerdings der Gottesdienst liegt, desto besser ist das Verhältnis von aufgewandten Mitteln und Zuschauern, so daß in Frankreich die Gottesdienstübertragungen um 11.00 Uhr immer schon als erfolgreiches Fernsehen galten. In Deutschland sind inzwischen die

ZDF-Übertragungen auch erfolgreich genug, so daß die aufgewendeten Produktionsmittel gerechtfertigt erscheinen.

Die Feature-Programme im Vergleich dazu sind für den Sender verhältnismäßig preiswert zu produzieren, vergleicht man die Aufwendungen für Fernsehspiele, Serien oder Shows, die ebenfalls im Abendprogramm laufen. Die Kirchenredaktionen in fast allen europäischen Ländern hatten kaum die Möglichkeit, teure Programme in Form von Fernsehspielen und -serien zu realisieren. Ausnahme waren die BBC, wo jährlich ein großes Fernsehspiel von der Kirchenredaktion realisiert werden konnte, und das ZDF, wo es bis 1993 üblich war, den Kirchenredaktionen die Mittel für dreizehn 45-Minuten-Fernsehspiele zur Verfügung zu stellen. Holland war immer besonders innovativ und experimentierfreudig. Hier gab es auch schon in den siebziger Jahren eine erfolgreiche „Kaplan-Serie“, die das katholische Leben in der Vorkriegszeit zum Thema hatte und auf einem erfolgreichen Roman basierte. Diese Serie wurde auch im ersten Fernsehprogramm in Deutschland an Nachmittagen gezeigt.

Für die Kirche hat die Sendeform „Dokumentation“ oder „Feature“ zur Folge, daß hier der kritische Journalismus gepflegt wird und die Kirchenredaktionen dann besonders erfolgreich waren, wenn sie Konfliktpunkte in diesen Sendungen aufgriffen. Dann konnte man mit größeren Zuschauerzahlen rechnen. Weiter waren, wie im Fernsehen überhaupt, diejenigen Sendungen erfolgversprechend, die irgendwie einen Bezug zur menschlichen Sexualität zum Thema hatten.

Die journalistisch gemachten Sendungen haben auch wesentlich zur Etablierung des Konstrukts „Amtskirche“ beigetragen, denn Journalisten versuchen den jeweils höchsten Vertreter einer Hierarchie für ein Interview oder Statement zu gewinnen. Damit dann haben sie eine größere Sicherheit, daß ihr Beitrag gesendet wird. Deshalb sind gerade die Kirchenredaktionen besonders bischofsorientiert.

Kirchlicherseits werden diese Sendungen nicht so hoch geschätzt wie z. B. eine Nachrichtensendung, die ein Interview mit einem Bischof bringt oder von einem kirchlichen Ereignis berichtet. Von daher hatten die Kirchenredaktionen nie die Chance, sich eigenständig zu profilieren, weil die Nachrichtensendungen für die Kirchenleute einen höheren Prestigewert hatten und die Unterhaltungssendungen bei den Zuschauern erfolgreicher waren. Genau dieses Dilemma wurde durch die Pfarrer- und Nonnen-Serien verschärft. Das Engagement der katholischen Kirche bei der SAT 1-Serie „Schwarz greift ein“ scheint zu belegen, daß die Kirche selbst nicht mehr auf die Kirchenredaktionen setzt, sondern den Erfolg mit den Unterhaltungs-Profis sucht. Ist diese Neuorientierung pastoral-theologisch zu rechtfertigen?

Thematisierung des Religiösen in der Unterhaltung

Wie kann die Kirche das Gros der Zuschauer erreichen? Das gelingt mit Sicherheit nicht mehr durch die bisherigen Programme. Gottesdienst-Übertragungen und an liturgischen Feiern angelehnte Sendekonzepte erreichen im Prinzip nur diejenigen Zuschauer, die eine Kirchgangspraxis haben bzw. dazu schon innerlich Zugang gefunden haben. Die informierenden Sendungen finden immer weniger Resonanz. Es scheint auch so, daß sie nicht mehr zur Meinungsbildung der Kerngemeinden beider Konfessionen beitragen. Sie sind im schlechten Sinne Minderheitenprogramme geworden.

Auf jeden Fall muß kirchliche Medienarbeit eine neue Konzeption entwickeln. Hat sie mit den Unterhaltungsserien auf das richtige Pferd gesetzt? Neben den Nachrichtensendungen sind die Unterhaltungsserien die Programmform, die breite Publikumsschichten erreicht. Die Frage sollte gründlich diskutiert werden und bedarf nicht nur der theologischen Argumentation. Vielmehr muß man die Zuschauer selber befragen, wie sie diese Programme einschätzen. Wichtig ist auch eine „empirische“ Einstellung, denn Unterhaltungsprogramme werden vornehmlich nicht für Akademiker gemacht. Diese aber stellen die größere Schicht der Hauptamtlichen in der Kirche, die damit ein erhebliches Lesetraining während ihrer Kindheit, ihren langen Ausbildungsjahren absolviert haben. Man muß in einer audiovisuellen Kultur davon ausgehen, daß Lesepraxis ein Privileg ist, das eine entsprechende Sozialisation voraussetzt. Breite Bevölkerungsschichten werden faktisch nur durch die Bildzeitung, die Lokalseiten ihrer Regionalzeitung und durch das Fernsehen erreicht. Weiter ist davon auszugehen, daß Zeitungslektüre erst dann zum normalen Alltagsverhalten wird, wenn junge Leute einen Hausstand gegründet haben und in eine feste berufliche Rolle hineingewachsen sind. Die Kirchenzeitung kann dies nicht kompensieren, da sie eher die ältere Schicht der Kirchenmitglieder erreicht, die die Lektüre der Kirchenzeitung auch als Ausdruck ihrer Bindung an die Kirche erleben. Nachwachsende Generationen definieren mit Sicherheit ihre Kirchenbindung durch andere Kommunikationspraktiken.

Im Blick auf die Programmform „Serie“ stellt sich spontan die Frage, ob dieses Fernsehformat überhaupt über die Kapazität verfügt, die religiöse Dimension darzustellen und religiöse Aussagen zu transportieren. Der Verdacht liegt nahe, daß nur die melodramatische Form möglich ist und religiöse Aussagen durch das Unterhaltungsumfeld konterkariert werden. Für die Klärung dieser Fragestellung können folgende Argumente etwas beitragen:

Die Kirche hat von Anfang an einfache literarische Formen übernommen, um Glaubensaussagen zu vermitteln. Das Markus-Evangelium stellt eine solche einfache Form dar. Es steht neben dem hochintellektuellen Römerbrief, der auch sprachlich sehr viel anspruchs-

voller und schwieriger gestaltet ist. Volkskunst, religiöses Theater, Bilder, Wallfahrten, populäre religiöse Romane gehören zum selbstverständlichen kommunikativen Instrumentarium der christlichen Religion.

Es gibt Serien von sehr unterschiedlicher Qualität. Das ist nicht nur eine Frage der Schauspieler und der Kameraführung, sondern vor allem des Drehbuches.

Die Akzeptanz von Serien beruht auch darauf, daß Humor und Ironie ihren Platz haben, daß man über Protagonisten lachen kann, daß schweres menschliches Schicksal mit alltäglichen Schmunzel-Geschichten verwoben wird. Anspruchsvolle Literatur und Filme, die auf Festivals Preise gewinnen, kennen diese Mischung nicht. Gerade das katholische Verständnis von praktizierter Religion ist jedoch einer solchen Lebenssicht nicht abgeneigt.

Serien können ethische Werte transportieren und sind in den meisten Fällen auch in ihren Wertaussagen überraschend anspruchsvoll. Das hat Peter Kottlorz in seiner Arbeit „Fernsehmoral, ethische Strukturen fiktionaler Fernsehunterhaltung“, Berlin 1993, aufgezeigt.

Die religiöse Aussage-Ebene der ZDF-Pfarrer-Serie

Judith Faul-Burbes hat in einer intelligent angelegten Vergleichsuntersuchung den Nachweis erbracht, daß es vom Deutungsrahmen einer Sendung abhängt, ob diese als religiös verstanden werden kann. Sie hat in einem aufwendigen Verfahren nicht nur die religiöse Einstellung von Befragungspersonen erhoben, sondern auch umfangliche Fragebögen eingesetzt, um im Vergleich einer Sendung einer Kirchenredaktion und einer Folge der ZDF-Pfarrer-Serie „Mit Leib und Seele“ zu erheben, inwieweit die Serie bzw. die Dokumentation als religiös eingestuft wird (Judith Faul-Burbes „Mit Leib und Seele gegen Gott und die Welt, zwei Fernsehprogramme im Urteil von Zuschauern“, München 1992). In beiden Fällen war Thema, daß Priester in ihrer Biographie an eine Grenze kamen, zusammengebrochen sind, alkoholabhängig wurden und den Wunsch hatten, ihre Aufgabe nicht weiterzuführen. In einer Dokumentation des Bayerischen Fernsehens „Priesterausbildung im Praxistest“ (Reihe „Gott und die Welt“) wurden im Interview fünf Fälle vorgestellt. In der ZDF-Pfarrer-Serie wurde die Episode ausgewählt, in der der Protagonist seinen Bischof um Ablösung von seinem Amt bittet, weil er sich als gescheitert erlebt. Dies wurde dramatisch dadurch zugespitzt, daß der junge Held der Serie, der Unternehmensberater, Selbstmord begeht, nachdem es ihm nicht gelungen ist, eine für die Bewohner der Pfarrei wichtige Firma vor dem Bankrott zu retten, den seine Ehefrau und die Tochter des verstorbenen Besitzers betrieben hatte.

Überraschend ist das eindeutige Ergebnis, daß die Serienfolge bei kirchenfernen Zuschauern religiöser eingestuft wird im Vergleich zu der

Sendung der Kirchenredaktion des Bayerischen Fernsehens. Untersucht man beide Programme inhaltsanalytisch, stellt sich heraus, daß die Autoren unterschiedliche Deutungsrahmen nutzen. Die Dokumentation über Priester und einen Diakon, die in eine ausweglose Situation geraten waren, ist therapeutisch angelegt. Das Scheitern wird nicht religiös interpretiert, sondern als therapeutisches Problem und damit als heilbar. Der Deutungsrahmen bei der ZDF-Serie ist die Theodizee-Problematik, die ernsthaft und unerbittlich vorangetrieben wird. Der Pfarrer muß selbst durch die Krise hindurch und liefert in einer Ansprache seine Deutung der Theodizee-Problematik.

Es läßt sich also inhaltsanalytisch zeigen, daß Sendungen mit religiösen Rollenträgern einmal religiös interpretiert werden und zum anderen psychologisch-therapeutisch, ohne daß die religiöse Perspektive zum Tragen kommt.

Untersucht man die Reaktion von Zuschauern, stellt sich heraus, daß kirchennahe Personen den Unterschied der Deutung nicht so kritisch vermerken wie kirchenferne. Offensichtlich sind kirchennahe Zuschauer bereit, eine Sendung als religiös einzustufen, wenn religiöse Rollenträger vorkommen. Kirchenferne Zuschauer unterscheiden hier stärker. Dies entspricht Erfahrungen mit anderen Umfragen, z. B. zu Gottesdienst-Übertragungen. Auch hier zeigt sich, daß kirchenferne Zuschauer sehr viel deutlicher die Qualität eines Gottesdienstes beurteilen können als kirchennahe, daß sie Zustimmung bzw. Kritik und Ablehnung erheblich mehr differenzieren als Kirchgänger.

Diese Daten einer qualitativen Intensivbefragung können durch Ergebnisse quantitativer Untersuchungen ergänzt werden. Diese Untersuchungen wurden nach Ausstrahlung der ersten dreizehn Folgen durchgeführt und galten eher der Akzeptanz der Sendereihe als der Klärung pastoral-theologischer Fragestellungen.

Die Akzeptanz war bei 75% der Zuschauer groß, genauer gesagt: bei den jüngeren und älteren sogenannten Kirchenfernen und den älteren Kirchennahen. Die kirchennahen Zuschauer und Zuschauerinnen unter 45 Jahren waren mit dem Kirchenbild der Serie nicht einverstanden. Die Handlung sei zu pfarrer-zentriert, die Gemeindereferentin hätte keine eigenständige Rolle, sie fungiere eher als Sekretärin und Hilfskraft des Pfarrers denn in einem eigenständig verantworteten pastoralen Tätigkeitsfeld. Der Pfarrgemeinderats-Vorsitzende werde in der Serie als „Spießher“ gezeichnet. (Nach Aussage des verantwortlichen Redakteurs ist nicht eine „ideologisch“ motivierte Klerikerorientierung der Serie maßgebend gewesen, sondern der Wunsch, dem Schauspieler Buddy Elias in der Serie eine Rolle zu geben. Da in einer Serie der Held einen Gegenpart braucht, muß irgendwie diese Rolle besetzt werden. Sie fiel zufällig auf den Gemeinderats-Vorsitzenden.)

Die Zuschauerschaft setzte sich eher aus älteren Personen

zusammen, die der Kirche näher stehen, aber auch häufiger das Fernsehen nutzen als die jüngere und mittlere Generation. Wie es auch für die Fernsehnutzung gilt, waren Frauen überrepräsentiert. Protestanten fühlten sich in gleicher Weise wie Katholiken angesprochen. Kirchnahe Protestanten gaben der Serie die höchste Wertung.

Die Serie wird von dem überwiegenden Teil der Zuschauer (88%) als sehr religiös bzw. teilweise religiös eingestuft. 12% der Zuschauer sagen, die Serie sei für sie nicht religiös.

Ein wichtiges Datum für die Konzeption religiöser Programmarbeit ist auch: Die Serie liefert Gesprächsstoff, 50% der Befragten haben sich mit anderen darüber unterhalten, 26% hätten gerne häufiger darüber geredet, 44% haben die Kritiken in Zeitungen und Zeitschriften verfolgt. Eine Sonderbefragung von Katholiken ergab, daß 75% der Priester und 63% der GemeindeferentInnen sagten, sie seien auf die Serie angesprochen worden, 45% der befragten Laien wurden ebenfalls auf die Sendung hin angesprochen.

Die emotionale Wirkung der Serie wird allgemein als positiv betrachtet, gerade von Kirchenfernern. Das vom katholischen Pfarrer gezeichnete Bild wird überwiegend positiv beurteilt. (Die Untersuchungsergebnisse sind ausführlicher dargestellt in der Herder-Korrespondenz „Mit Leib und Seele“, Erfolg einer Serie – Sympton für Probleme der Kirche, in: 10 (1990) 486-490).

Reichen diese Daten aus, um die pastoral-theologische Fragestellung positiv zu beantworten? Für diejenigen, die dem kirchlichen Engagement bei SAT 1 zustimmen, dürften die Untersuchungsergebnisse eindeutig genug sein. Vor allen Dingen geben die Daten keinen Hinweis darauf, daß die Sendungen für die Darstellung des Religiösen sowie das Image der Kirche nachteilige Folgen hätten. Eher das Gegenteil ist der Fall. Als Medienarbeiter der Kirche kann man die Sendungen unter einer ganz anderen Perspektive als positiv und notwendig einschätzen.

Religiöse Themen sind mehrheitsfähig

Beim ZDF gilt „Mit Leib und Seele“ intern als die erfolgreichste Serie. Das schlug sich anfänglich noch in den Zuschauerdaten nieder. Die beiden letzten Staffeln von je dreizehn Folgen erzielten nicht mehr die hohen Marktanteile, was mit der gewachsenen Konkurrenzsituation zu tun hat, da RTL und SAT 1 nun zunehmend nicht nur über Kabel, sondern auch terrestrisch empfangbar wurden.

Die SAT 1-Serie „Schwarz greift ein“ ist im Vergleich mit anderen Serien ein voller Erfolg. Das wird kirchlich meistens nicht gewürdigt, weil man naiverweise immer noch davon ausgeht, eine Fernsehserie müsse beim Publikum Erfolg haben, wie auch immer sie gemacht ist.

Das hat nie gestimmt und stimmt in der jetzigen Konkurrenzsituation noch weniger.

Für die Programmarbeit haben die Serienerfolge dazu geführt, daß auch in anderen Serien religiöse und kirchliche Episoden Platz finden und daß überhaupt das Thema Religion und Kirche im Programm selbstverständlicher vorkommt, während es bis in die achtziger Jahre hinein als Selbstverständlichkeit galt, religiöse Sendungen seien zwar wichtig, aber notwendigerweise ein Minderheitenprogramm. Das lag und liegt an der Konzeption, die die BBC für Kirchenprogramme entwickelt hatte und die bis heute für die Programmarbeit der Kirchenredaktionen der öffentlich-rechtlichen Sender bestimmend ist.

Ein weiteres Moment in der Darstellung von Kirche muß gesehen werden: Die Serien zeigen das alltägliche Leben in einer Gemeinde. Sie sind im Unterschied zu den Nachrichten-Programmen und den sog. Kirchen-Dokumentationen nicht bischofsorientiert. Der Vatikan spielt fast keine Rolle, nur wenn die Episoden entsprechend gestrickt sind, wie das in der ZDF-Pfarrer-Serie im letzten Teil der Fall ist. Nicht zuletzt deshalb können sich die Kirchgänger sehr viel besser mit den Pfarrer-Serien identifizieren als mit den Programmen der Kirchenredaktionen.

Inkulturation oder: Die Darstellbarkeit des Religiösen innerhalb eines Unterhaltungs-Genres

Die bisher vorgelegten Untersuchungsdaten zu der ZDF-Pfarrer-Serie müssen durch entsprechende Erhebungen für „Schwarz greift ein“ ergänzt werden. Diese Erhebungen dürften in ähnlicher Weise positiv ausfallen. In einer Gruppendiskussion mit kirchlichen MitarbeiterInnen konnte der Autor folgende Rückmeldungen verzeichnen: Die Filme vermitteln christliche Aussagen, u. a. „Bamherzigkeit geht vor dem Gesetz“, „Der Mensch muß sich der Schuldfrage stellen“. Der Pfarrer wird als kommunikativ gezeigt, weil er auf die Menschen zugeht. Durch die Rolle des Bischofs wird deutlich, daß die offizielle Kirche ein solches Engagement unterstützt

Positiv wurde vermerkt, daß die Serie hin und wieder auf die Bibel Bezug nimmt und das Motiv „Umkehr“ mehrfach eine Rolle spielt. Umstritten war, ob der Film nur eine allgemeine Religiosität und ethische Werthaltung vermittelt, oder ob eine spezifisch christliche Botschaft zum Tragen kommt. Hier geht es vor allem um die klischeehafte Darstellung des Pfarrers als Helden, der sich der Außenseiter annimmt und für die Menschen da ist, für die keine andere Institution mehr entsteht. Positive Stimmen sahen in einigen Folgen eine Veränderung der Perspektive darin, daß, anders als in Krimis, der Verbrecher nicht dingfest gemacht und abgeurteilt wird, sondern daß eine neue Perspektive sich eröffnet. Der Pfarrer verkörpere die

Wertvorstellungen, die man ihm zuschreibt, eine Option für die „verlorenen Schafe“ werde sichtbar. Die Serie wurde von den Jüngeren in der Gruppe positiver bewertet als die ZDF-Serie, weil der Pfarrer in seiner lässigen Art für diese Gruppe überzeugender war.

Zu diskutieren bleibt die Problematik der klischeehaften Darstellung. Diese ist für den Erfolg der Serien unbedingt notwendig. Die Serie muß ihren Helden positiv und entsprechend der üblichen Rollenvorstellung zeigen. Sie ist kaum ein Instrument zur Veränderung von Sichtweisen.

Diese Problemstellung ist vergleichbar dem des Rollenbildes „Heiliger Wundertäter“, das in der Darstellung der Person und des Handelns Jesu eine Rolle spielt. Auch die Evangelien arbeiten mit klischeehaften Vorstellungen, um das Interesse zu wecken und die Erwartungen der Leser und Zuhörer zufriedenzustellen.

Die Notwendigkeit von Klischees verbietet es, ein Programm für ein Millionenpublikum mit literarisch anspruchsvollen Darstellungen in Priester-Filmen und -Romanen zu vergleichen. Hier wird dem Gebot widersprochen, das literarische Genus zu beachten.

Für die Verwendung volkstümlicher literarischer Motive spricht die Tradition der Kirche. Rechtfertigt diese Tradition jedoch den Einstieg in das Unterhaltungsmedium? Hier soll ein wichtiges Kriterium genannt werden. Klischees funktionieren, sie sichern die Emotionalität des Mediums und damit auch die emotionale Zustimmung der Zuschauer. Daß dies den Pfarrer-Serien gelungen ist, zeigen die verschiedenen Umfrage-Ergebnisse. Die entscheidende religiöse und christliche Qualität kann jedoch nicht vermittelt werden, wenn es bei den Klischees bleibt. Vielmehr müssen die Klischees durchbrochen werden.

Durchbrechung von Klischees

Die ZDF-Pfarrer-Serie hat das verhältnismäßig mutig und an verschiedenen Orten getan. Es wurde mehrfach gezeigt, daß der Einsatz des Pfarrers nicht zum Erfolg führt, mitunter sogar das Gegenteil heraufbeschwört. Das wird durch den Selbstmord des jungen Helden in der Serie besonders deutlich herausgestellt. Der Pfarrer ist gerade nicht der allmächtige Held, der Halbgott, der seit der griechischen Sage durch volkstümliche Erzählungen bis zu den Ärzte-Serien seine Darstellung findet. Erst wenn die gängigen Erwartungen der Zuschauer an die Darstellung eines Helden durchbrochen werden, öffnet sich der Raum für die Darstellung des spezifisch Christlichen. Aber das ist kein neues Problem, das gilt genauso für die literarischen Probleme, die sich dem Evangelisten bei der Darstellung des Lebens Jesu stellten.

Im Gespräch mit den Fernseh-Machern müßte vielleicht

kirchlicherseits besonders eindrücklich argumentiert werden. Das dürfte auch ohne Schwierigkeiten möglich sein, denn der Erfolg gerade der ZDF-Pfarrer-Serie zeigt, daß ein solches „Durchbrechen“ die Akzeptanz bei den Zuschauern nicht mindert.

Das Plädoyer geht also dahin, nicht das Für und Wider von Pfarrer-Serien zu diskutieren, sondern die Frage, inwieweit es gelungen ist, das spezifisch Christliche zur Darstellung zu bringen und nicht nur das allgemeine Ethos und eine vom Publikum akzeptierte Zivilreligion für ausreichend zu erachten. Dieser christlich inspirierten Kritik müssen sich die Macher und auch die kirchlich Verantwortlichen stellen. Das ist aber das produktive Geschäft, um das es gehen muß, nämlich daß man aus jeder Serie lernt und die nächste nicht nur filmisch besser wird, sondern auch vom Drehbuch her mehr Mut entwickelt und die Szenen erfindet, mit denen christliche Glaubensintentionen, spirituelle Erfahrungen und christliche Wertaussagen besser zur Darstellung gebracht werden können.