

rung katastrophaler Mißstände, in der Erwartung, daß die Zeitung als verlängerter Arm der Regierenden sie den Verantwortlichen weiterleitet bzw. sich selbst für die Lösung der Probleme einsetzt. Man wandte sich auch an die Zeitung, um „im Gespräch“ die veränderte Situation geistig zu bewältigen.

Sicher beschleunigte das hohe Echo den Wandel des jeweiligen Mediums. Die Art und Weise, wie es in das Konzept integriert wurde, gibt Aufschluß über das Schrittmaß der Entwicklung. Ich denke, die Reaktion der Hörer/Leser zeigt, welche Potenzen in einer Bevölkerung schlummern, wenn eine Gesellschaft in Wandel gerät und die Medien dies entsprechend vermitteln. Resignation ist immer auch Sprachlosigkeit und Mangel an Identifizierungsmöglichkeiten.

#### Die Folgen des Umbruchs in den staatlichen Medien

Der besondere Wert des Umbruchs in den staatlichen Medien liegt vor allem in der Erfahrung eines selbstbestimmten, basisdemokratischen Wandels. Die RedakteurInnen hatten sich von ihrer mehr oder weniger ausgeprägten Staatsergebenheit zu lösen und ihr Medium zu einem demokratisch verfaßten, von Partei- und Gruppenzwängen unabhängigen gesellschaftsstiftenden Instrument überzuführen und damit die Trennung zwischen Staat und Gesellschaft zu gewährleisten. Es wurden Betriebs- bzw. Redakteursräte und der Hörfunkrat gegründet, und die MitarbeiterInnen machten sich daran, frei von jeder Bevormundung eigene Konzepte zur Umprofilierung ihrer Zeitung bzw. zur Föderalisierung des Rundfunks zu entwickeln. Beim Rundfunk wurde dieser Entwicklung jedoch mit dem Amtsantritt eines Kohl-Günstlings als neuer Rundfunkbeauftragter für die ostdeutschen Länder einschließlich Ost-Berlins ein Ende gesetzt.

Ähnliches trug und trägt sich im ehemals SED-eigenen Berliner Verlag zu. Westdeutsche Medienriesen versahen unter Mißachtung der DDR-Realitäten auflagenstarke Blätter mit an westlichen „Bedürfnissen“ orientierten Konzeptionen, die nur zum Untergang verurteilt waren. Die Vereinigung auf dem Mediensektor vollzog und vollzieht

sich analog der politischen. Die gewandelten DDR-Strukturen mit gesellschaftskritischem Profil sehen ihrer Nivellierung entgegen und müssen westdeutschen Interessen weichen. Auf diese Weise werden Strukturen zerstört, die ostdeutsche Identität transportieren, wird den ehemaligen DDR-BürgerInnen ihre Zunge abgeschnitten.

Die Erfahrungen sensibilisieren auch für die kontextbezogene Ausprägung menschlichen Denkens und Verhaltens. Die zögernde Öffnung der SED-Medien spiegelt ja auch trotz vielerorts vorhandenen Problembewußtseins der RedakteurInnen ihr Unverständnis und ihre innere Distanz zu den Ereignissen. Schließlich waren nicht wenigen von ihnen aufgrund ihrer Biographie andere als die „sozialistischen“ Kategorien fremd. Eine Weltanschauung, sei sie religiöser, androzentrischer, humanistischer, feministischer oder/und technokratischer Art, beeinflusst das Denken einer/eines jeden.

Die BürgerInnen der DDR konnten Erfahrungen sowohl mit offen ideologischen und propagandistischen als auch mit um Transparenz und Verständigung bemühten Medien machen. Sie mögen das Bewußtsein für offensichtliche und schleichende Manipulationen heutzutage wachhalten. Vielleicht kann die Diskussion über unsere Sichtweisen das in Gang setzen, was wir Vergangenheits„bewältigung“ nennen.

## Praxis

### Heide Pils

#### Allerhand Wirklichkeiten

#### Erfahrungen in der Medienlandschaft

*Nach einigen konkreten Fragen von Erfahrungen mit Wirklichkeit, die Kinobesucher und Fernsehzuschauer möglicherweise machen, berichtet die Autorin von ihren eigenen Erfahrungen als TV- und Filmregisseurin. Das Hauptproblem sowohl bei den „Machern“ wie bei den Zuschauern ist die not-*

wendige Selektierung, die sehr stark von den eigenen Meinungen, Vor-Erfahrungen usw. abhängt. Dies wird an zwei Beispielen dargestellt.

Ich soll etwas über die „Erfahrung von Wirklichkeit in der Mediengesellschaft“ schreiben.

Zunächst versuche ich, für mich selber diese theoretische Vorgabe in konkrete Fragen zu übersetzen, die – bezogen auf meinen Arbeitsbereich TV und Film – etwa folgendermaßen lauten könnten:

*Wie geht es jemandem, der Kino oder TV schaut?*

– Erfährt er dabei etwas Authentisches über den Zustand der Welt, über die Menschen, über die Beziehungen von Menschen untereinander, über Glück und Leid, Gerechtigkeit und Ungerechtigkeit, Freiheiten, Abhängigkeiten, Konflikte und Hoffnungen?

– Kann er dabei den Eindruck gewinnen: „Aha, so ist das also!“ oder „Ja, so geht’s mir auch.“?

– Was könnte dieser Eindruck von Wirklichkeit beim Konsumenten bewirken? Selbstbestätigung, Verunsicherung, Anteilnahme, Solidarität, Zustimmung, Ablehnung, Ekel . . . ?

– Könnte das in weiterer Folge zu einer Handlungs- oder Verhaltensänderung führen; vielleicht sogar zum Handeln, zu Engagement oder Widerstand?

– Kann es sein, daß sich der Konsument gelegentlich/häufig des Gefühls nicht erwehren kann, daß ihm etwas vorgemacht wird, mit dem lapidaren Anspruch: „So ist sie, die Wirklichkeit!“, ohne daß er die Möglichkeit hat, die Berechtigung dieses Anspruchs überprüfen zu können?

– Kann es sein, daß den Konsumenten gelegentlich/häufig das Gefühl beschleicht, daß es den Machern der Medien ziemlich egal ist, wie es ihm, dem Konsumenten, beim Umgang mit den Medien geht? Daß es also Hierarchien und Machtverhältnisse gibt, die nicht frei sind von Arroganz und Menschenverachtung?

– Kann es sein, daß der Konsument gelegentlich/häufig das Ziel von billiger und zugleich zynischer Anbiederung von seiten der Me-

dien ist (ganz und gar kein Widerspruch zur Arroganz-Hypothese in der vorherigen Fragestellung!), nach dem Motto: „Wir wissen zwar, und du weißt es auch, daß das, was wir dir anbieten, mit der Wirklichkeit nicht das geringste zu tun hat. Aber du wünschst dir ja ohnehin, der Wirklichkeit zu entfliehen; bit-tesehr, in den nächsten 50 oder 90 Minuten oder 37 Folgen kannst du das tun. Aber mach es uns hinterher gefälligst nicht zum Vorwurf!“

Jetzt habe ich gerade nochmals in dem Brief nachgeschaut, mit dem ich eingeladen worden bin, diesen Artikel zu schreiben, und bemerke nun, daß ich im Begriff bin, mein Thema zu verfehlen, denn ich soll – laut Brief – vor allem darüber schreiben, welches Menschenbild durch Film und TV vermittelt wird. Also lasse ich geschwind die angeschnittenen Fragen „im Raum stehen“ (etwas anderes könnte ich ohnehin nicht tun, denn zur seriösen Beantwortung bedürfte es einer ganzen Vorlesungsserie auf der Basis empirischer Untersuchungsergebnisse) und verschanze mich hinter dem unverbindlichen Angebot „Denkanstoß“ . . . Also nein, Spaß beiseite, als nichts anderes war diese Punktation gedacht; denn ich bin überzeugt, daß man auch dann schon zu ganz aufschlußreichen Resultaten kommt, wenn man nur versucht, die Fragestellungen für sich selber zu beantworten. Ganz gleich, auf welcher Seite der Mediengesellschaft man nun steht, ob man Macher oder Konsument ist.

*Die Position einer Macherin – und wie sie Zuschauer erlebt*

Ich ziehe mich also zurück auf meine Position einer „Macherin“, wobei ich gleich einschränkend dazu sagen muß, daß ich beim „Machen“ ja auch nicht gänzlich frei bin, denn es gibt natürlich immer jemanden, der über mir ist und meine Arbeit und deren Inhalte ermöglicht bzw. sie unter Umständen auch beeinflusst oder – schlimm, schlimm! – verhindert. Gleichzeitig bin ich klarerweise auch Konsumentin, d. h. es kann sein, daß ich auch jetzt, beim schreibenden Nachdenken, gelegentlich meine Position verändere. Also: was erfährt man vom Menschen und seiner Wirklichkeit durch den Filter des Mediums Film und Fernsehen?

In jedem Fall erfährt jeder was anderes; das heißt: auch im Idealfall, also bei sorgfältiger Recherche, Umsetzung, Darstellung und Zurkenntnisnahme durch den Zuschauer, ist diese *Wirklichkeit immer selektiv und fragmentarisch*, und zwar in doppelter Weise:

a) der Macher selektiert beim Machen, denn er kann ja in 3 oder 30 oder 45 oder 3 mal 90 Minuten nicht die ganze Universalität eines Themas einfangen. Und wer das trotzdem behauptet, der macht sich schon der ersten Unwahrheit schuldig;

b) der Zuschauer selektiert noch einmal beim Zuschauen und holt sich vornehmlich das heraus, was ihn besonders interessiert, berührt, bestätigt oder – unter Umständen – provoziert.

Ad a: Die Filmdokumentation „Altsein in Österreich“

Am besten erzähle ich ein Beispiel. Ich habe im vergangenen Winter für den ORF eine Dokumentation zum Thema „Altsein in Österreich“ gemacht. Die Arbeit an diesem Film fiel ungefähr in die Zeit, als die Morde an hilflosen, alten Menschen, begangen von Hilfspflegerinnen im Krankenhaus Lainz, vor Gericht abgehandelt wurden; und gleichzeitig natürlich österreichweit über diese ganze Problematik – das Abgeschobenwerden der Alten, die Kälte der Jugend, die Mißstände im Pflegebereich etc. – hitzig diskutiert wurde.

Ich hatte also zunächst einmal für mich zu entscheiden, wie ich meine Filmdokumentation „anlegen“ würde. Es wäre natürlich möglich gewesen, sich der aktuellen Diskussion anzuschließen und einen harten, kritischen Beitrag zur Situation alter Menschen in Österreich, die nun wahrlich äußerst kritikwürdig ist, zu liefern. Es wäre möglich gewesen, sich vorrangig mit jenen Menschen auseinanderzusetzen, die ihre alten Angehörigen in die Heime abschieben, um sich dann nie wieder um sie zu kümmern, außer rund um den Monatsersten, wenn es gilt, der Oma die Rente abzuknöpfen. Diese Leute gibt es natürlich, und es wäre sicher verdienstvoll gewesen, ihnen einen Spiegel vorzuhalten und zu sagen: Seht her, so seid ihr, und jetzt schämt euch mal ordentlich! Nun weiß ich aber zufällig – und jeder, der sich auskennt

auf dem Gebiet, weiß das auch –, daß jene Kinder – Ehepartner – Verwandte – Nachbarn – Pflegerinnen, die den alten Menschen oft unter großen persönlichen Opfern ein Leben und Sterben in Würde ermöglichen, noch immer die Mehreren sind. Sie haben nur weniger Publicity, und das ist schade. Also habe ich mir für meinen Film eine Reihe solcher Beispiele zusammengesucht (nicht ausschließlich, aber für ungefähr die Hälfte der Sendezeit): die Altbauern, die in der Geborgenheit ihrer Großfamilie leben; die Ehefrau und Mutter, deren Tagesablauf von der Pflege ihrer gelähmten 80jährigen Mutter bestimmt wird; die mobile Altenhelferin, die mit Geduld und Zärtlichkeit ihre betagten Klientinnen betreut . . . und . . . und . . .

Ist das nun ein verfälschtes Menschenbild? Ist das nun Manipulation? Wenn ja, dann allerdings mit einem absichtsvollen Hintergrund: ich wollte motivieren, ermutigen, Hoffnung geben in der Auseinandersetzung um ein Thema, bei dem Resignation und Hoffnungslosigkeit zu überwiegen scheinen. Und „was erfährt man vom Menschen“ (um nochmals eine Fragestellung der Diakonia-Redaktion zu zitieren) durch diesen Film? Man erfährt, daß es immer noch genug Menschen gibt, die verantwortlich und solidarisch handeln, die liebevoll miteinander umgehen, die bereit sind, füreinander Opfer zu bringen. Aber das hätte – wie ich versucht habe, darzulegen – auch ganz anders aussehen können.

Ad b: Die Wahrnehmung des Zuschauers bei der Fernsehserie „Eine unmögliche Person“

Wie unterschiedlich, ja einander geradezu diametral widersprechend Menschenbilder und Wirklichkeiten, die Film und Fernsehen vermitteln, beim Konsumenten ankommen . . . also darüber ließe sich seitenweise schreiben!

Am besten wieder ein Beispiel: Vor ein paar Jahren habe ich eine Fernsehserie mit dem Titel „Eine unmögliche Person“ gemacht. Hauptfigur war eine etwa 50jährige, frisch geschiedene Frau, die auf etwas konfuse Weise versucht, mit ihrer veränderten Lebenssituation fertig zu werden, dabei ein paar Konventionen auf den Kopf stellt und ihre Umwelt ziemlich schockiert, aber letzt-

lich doch zu einem geglückten neuen Leben findet. Die Reaktionen waren vehement und wie man sie sich gegensätzlicher nicht hätte vorstellen können! Sie reichten von „peinlich und geschmacklos“ (hauptsächlich Männer) bis zu „Ich habe mich in dieser Frau wiederentdeckt“ oder „Diese Geschichte hat mir Mut gemacht“ (hauptsächlich Frauen).

#### *Bestätigung eigener Vorstellungen*

Diese Erfahrung hat mir am konkreten Fall bestätigt, was auch Medientheoretiker behaupten: der Konsument neigt eher dazu, sich durch die Medien seine eigenen Vorstellungen und Erfahrungen bestätigen zu lassen. Er ist weniger gern bereit, seine Meinungen und Erfahrungen zu revidieren oder sich zu öffnen für Inhalte, Geschichten oder Menschendarstellungen, die nicht in sein Weltbild passen. Da reagiert er eher irritiert bis ablehnend. Das trifft auch zu, wenn man beispielsweise über Minderheiten, soziale Randgruppen, Dritte-Welt-Probleme oder ähnliches berichtet: der informierte, sympathisierende, engagierte Zuschauer ist eher bereit, sich mit diesen Themen bewußt und kritisch auseinanderzusetzen als derjenige, der davon noch nie gehört hat bzw. auch gar nichts davon hören will. Dieses Dilemma ist uns – den Machern – natürlich bewußt. Man hilft sich gelegentlich damit, daß man einseitig verstärkt oder zu Schockbildern greift, um wenigstens irgendeine Aufmerksamkeit zu erregen oder ins Bewußtsein der Menschen zu dringen, mit den allerbesten Absichten, versteht sich. Da kann es dann passieren, daß man selbst als Macher – der man ja auch Konsument ist – seinem eigenen Medium hineinfällt. Beispiel: Als ich nach El Salvador gefahren bin, um für einen Film zu recherchieren, im Kopf all die erschütternden und selbstverständlich authentischen Fernsehbilder von den Bürgerkriegsgreueln in diesem mittelamerikanischen Land, war ich richtig verblüfft, als ich feststellte, daß auch hier die Leute ganz gelassen in den Kaffeehäusern der Altstadt sitzen oder fröhliche Kinder zu Mittag aus der Schule stürmen. Das war nämlich in den El-Salvador-Reportagen, die ich kannte, nicht zu sehen gewesen. Natürlich war auch mein Film, der anschließend entstanden ist (über den Tod von

Erzbischof Romero und die Verfolgung der Kirche), in diesem Sinne „einseitig“ und ist auch entsprechend kritisiert worden, zum Beispiel so: „Warum zeigen Sie keine ‚guten‘ Soldaten?!“ Ich gestehe, daß ich keine wirklich befriedigende Antwort darauf weiß; eher nur eine Gegenfrage stellen kann. Muß man – um der Ausgewogenheit willen – „gute“ Soldaten zeigen, die’s natürlich gibt, obwohl man weiß, daß 90% der Menschenrechtsverletzungen in El Salvador von den Herrschenden, von Staat und Militär, begangen worden sind? Ist der zeitunglesende Pensionist im Café typischer als der ermordete Priester, das fröhliche Schulmädchen authentischer als der gefoltete Guerillero? Ich gestehe auch, daß ich für meine unwissenschaftlichen und hauptsächlich von eigenen Erfahrungen geprägten Überlegungen keine befriedigenden Schlußfolgerungen anzubieten habe. Der Appell an die Durchschaubarkeit von Programmphilosophien, an die Sorgfalt und Verantwortung der Macher und die kritische Wachsamkeit der Konsumenten macht sich am Schluß immer gut. Er ist zwar ein bißchen beliebig und abgegriffen, aber was Besseres fällt auch mir nicht ein . . .

### **Angelika Boesch**

#### **Buchpastoral – ein unterschätzter Aspekt der Seelsorge?**

*Jedes Jahr gibt es mehr neue Bücher. Und jedes Jahr nimmt die Zahl der Gottesdienstbesucher ab. Der Exodus aus den traditionellen Kirchen ist im Gange. Bücher mit religiösen Inhalten aber erleben einen wahren Boom. Im folgenden werden die Chancen und Aufgaben beschrieben, die sich heute für christliche Buchhändlerinnen und Buchhändler stellen. red*

Kürzlich hat ein Priester zu Beginn des Gottesdienstes aufgerufen, sich die Menschen in der Kirche anzusehen, sich umzusehen. Eine ältere Frau flüsterte mir zu: „Wenn wir das früher machten, bekamen wir von unseren Eltern einen ‚Chlapf‘“ (Ohrfeige). Trotz dem