

Wenzel Peters

Horsfield, Peter G.: Religious Television

1985

<https://doi.org/10.17192/ep1985.2.7258>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Peters, Wenzel: Horsfield, Peter G.: Religious Television. In: *medienwissenschaft: rezensionen*, Jg. 2 (1985), Nr. 2. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep1985.2.7258>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

**Peter G. Horsfield: Religious Television. The American Experience.-
New York, London: Longman 1984, 197 S., 15,- \$**

"Mehr Evangelium in den Medien" lautet die zupackende Devise der einen in den evangelischen Kirchen unseres Landes, "mehr evangelische Medienreflexion" setzen andere kritisch entgegen. Verstehen jene die zusätzlichen medialen Netze als einzigartige Chance zur Verbreitung der christlichen Botschaft, so fürchten einige Vertreter der Hauptkirchen, daß die neuen Kanäle jenseits öffentlich-rechtlicher Kontrolle zur Verflachung (auch) des religiösen Programmangebots führen könnten.

In dieser Kontroverse richtet sich mancher Blick auf die USA, wo ein kommerzielles Rundfunksystem zahllosen religiösen Programmanbietern längst den Zugang zum Äther ermöglicht hat. Speziell für den TV-Bereich reklamierten die bedeutenderen Veranstalter in den vergangenen zwei Jahrzehnten eine beachtlich gestiegene Zuschauerzahl, mit Auswirkungen selbst auf das politische (Wahl-)Geschehen. Überwiegend fundamentalistisch-evangelikal orientiert, tragen die Programme dieser sogenannten "elektronischen Kirche" die christliche Botschaft mit allen Mitteln professionellen Showgeschäfts ins Land.

Eine umfassende Information über die amerikanischen Verhältnisse bietet eine herausragende neuere Untersuchung, für die sich in der wissenschaftlichen Forschungsliteratur zum Beziehungsfeld von Religion und Fernsehen - sei es hier oder in den USA - kein Äquivalent findet.

Peter G. Horsfields Monographie ist das Resultat sechsjähriger intensiver Beschäftigung mit der audio-visuellen Vermittlung von Religion im US-Fernsehen und deren politischen, sozialen, kirchlichen und glaubenskulturellen Bedingungen wie Folgen. Auf bemerkenswerte Weise leistet das Buch ein Doppeltes. Gegenüber vielen theologisch inspirierten Stellungnahmen zur gleichen Thematik stellt es sich auf eine breite Basis demoskopisch gesicherter Daten, so daß hier überhaupt zum erstenmal ein klares Gesamtbild hinsichtlich Verbreitung, tatsächlichem Einfluß und sozialer Wirkung religiöser Fernsehprogramme in den USA gewonnen wird. Synopse und kritische Auswertung des verstreut publizierten statistischen Materials der letzten drei Jahrzehnte verdienen allein schon größten Respekt. Gegenüber rein soziologisch, sozialpsychologisch oder kommunikationswissenschaftlich interessierten Untersuchungen wahrt Horsfield, zugleich Medienforscher und Theologe, jedoch die christliche Perspektive. Was ihn bewegt, ist die Zukunft von Glaube und Kirche in einer durch Medien bestimmten Welt. Nüchterne Objektivität und christliches Engagement gehen in diesem Buch somit eine glückliche Verbindung ein.

Horsfield analysiert - und belegt - eine dramatische Entwicklung im religiösen Fernsehen seines Landes: die zwischen 1960 und 1977 erfolgende Verdrängung der protestantischen Hauptkirchen aus dem religiösen Programmangebot und dessen Monopolisierung durch die evangelikale "elektronische Kirche" ("eK"). Grob gesprochen sieht das Rundfunksystem der USA für die Verbreitung religiöser Sendungen über lokale Fernsehstationen oder überregionale Networks zwei Modalitäten vor: den regulären Einkauf von Sendezeit ("paid-time") oder die Inanspruchnahme von in öffentlichem Interesse kostenlos gewährter "sustaining-time". Da aus Repräsentativitätsgründen die kostenlose Sendezeit in der Regel mit Programmen der Majoritätskirchen besetzt wurde, blieb kleineren kirchlichen Gruppen nur die Nutzung der teuren paid-time. Dieses System war unproblematisch, solange ein annäherndes Gleichgewicht der Anteile beider Verbreitungsformen an der religiösen Gesamtsendezeit bestand (1959: 53 % paid-time vs. 47 % sustaining-time). Es geriet aus den Angeln, als in den sechziger und siebziger Jahren immer mehr Fernsehgesellschaften dazu übergingen, die freien sustaining-time-Programme der Hauptkirchen durch die lukrativeren paid-time-Programme evangelikaler Anbieter zu ersetzen (1977: 92 % vs. 8 %). Das Ergebnis ist ein markantes und nicht-repräsentatives Ungleichgewicht in der öffentlichen Darstellung protestantischer Glaubensrichtungen der USA - die mediale Dominanz der "eK".

Nach Horsfield verdankt sich ihr Boom einem Zusammenspiel unterschiedlicher Faktoren. Hierzu gehört das demonstrative Gebaren ihrer Klientel ebenso wie ein allgemein konservativeres Sozialklima, die Verfügbarkeit moderner Datenspeicherungsanlagen ebenso wie eine marktkonforme Liberalisierung der Sendeauflagen seitens der Bundeslizenzenbehörde (nebenbei ein Lehrbeispiel für die Folgen eines Rückzugs des Staates aus seiner Verantwortung für eine angemessene kirchliche Medienrepräsentation). Größtes Gewicht kommt jedoch den ökonomischen Interessen der kommerziellen Fernsehindustrie zu, welche bei der Programmgestaltung unter wachsendem Konkurrenzdruck gewöhnlich den Ausschlag geben und zur Bevorzugung der paid-time-Anbieter führten. Horsfield beschreibt das Verhältnis zwischen "eK" und kom-

merzieller Fernsehindustrie Amerikas als nahezu perfekte Symbiose, begünstigt durch besondere Merkmale der evangelikalen Theologie. Beider Interessen decken sich. Völlig von Spenden ihres Publikums abhängig, zielt auch die "eK" in erster Linie auf Erhaltung und Vermehrung der Zuschauerzahl, wählt auch sie mit Bedacht die hierfür geeignetsten Darstellungsmittel und Inhalte. Die Eigenschaften einer insgesamt auf Publikumserfolg getrimmten konsumeristischen TV-Kultur - Übereinfachung von Problemen und Lösungen, Sofortbefriedigung von Rezipientenbedürfnissen, Sensationalismus - sind gleichermaßen für die religiösen paid-time-Programme kennzeichnend. Detailliert geht der Autor den systematischen Entstellungen nach, denen die christliche Lehre durch solche Anpassung an Struktur und propagierte Mythen des herrschenden Fernsehmilieus unterworfen wird. Das Medium ist hier in der Tat die Botschaft: Was in der "eK" zu breitenwirksamer Darstellung gelangt, erweist sich als höchst problematisches Zerrbild christlicher Theologie.

In der Regel wird von den religiösen Fernsehorganisationen Amerikas nur beansprucht, kirchliches Gemeindeleben zu ergänzen, nicht es zu ersetzen. Faktisch tritt die "eK" jedoch als selbstgenügsame Kirche auf, indem sie kirchliche Funktionen übernimmt, ohne sie angemessen zu erfüllen. Besonders krass zeigt sich dieses Unvermögen auf pastoralem Gebiet. So kann massenhafte telefonische Blitzseelsorge individuellen Lebensproblemen nicht gerecht werden, ihr fehlen sowohl die Intensität und Kontinuität seelsorgerlicher Gespräche wie die Unterstützung durch Gottesdienst und christliche Gemeinschaft. Doch selten genug drängen die Organisationen der "eK" Ratsuchende zur Kontaktaufnahme mit örtlichen Gemeinden, selbst wo solche Zusammenarbeit vereinbart wurde. Zwar beherrschen sie das religiöse Programm, ihre oft atemberaubenden Angaben über Zuschauerzahlen finden demoskopisch jedoch keine Bestätigung. Ihr festes Publikum ist wesentlich kleiner als vielfach angenommen, ferner stark segmentiert und überaus spezifisch. Daß die Sendungen der "eK" deutlich häufiger in Regionen mit hoher Kirchenfrequenz, von bereits aktiven Christen, vor allem älteren Jahrgängen, von Frauen als von Männern (2:1) rezipiert werden, gehört zu den Merkwürdigkeiten, die zu ihrem globalen Missionsanspruch - "reaching the unchurched" - nicht recht passen wollen. Ausgeprägt scheint dagegen beim gemeindefernen Zuschauer eine Tendenz zur Wahl der einfachsten Alternative, zur Konzentration des Glaubens auf den Bildschirmprediger. In gewissem Maße findet eine Reaktivierung inaktiver sowie Kanalisierung unzufriedener Kirchenmitglieder statt (letztere suchen sich eine Denomination, die mehr dem Fernseh Vorbild entspricht). Ist die "eK" einerseits durchaus nicht das vielgepriesene Zugpferd zur Verbreitung des Glaubens, so stellt sie andererseits offenbar weder in personeller noch finanzieller Hinsicht eine Bedrohung für das Leben der Gemeinden dar. Die von ihr ausgehende Gefahr ist subtilerer Art, sie betrifft eher das öffentliche, medial vermittelte Bild christlichen Selbstverständnisses.

Die Chancen für eine "elektronische Kirche" gleicher Größe und Machart mögen bei uns gering sein, dennoch geben Horsfields gründliche Analysen eine Fülle kritischer Gesichtspunkte an die Hand, um etwaigen Versuchen über die neuen privaten Kanäle argumentativ zu

begegnen. Zugleich beleuchten sie die unvermeidlichen Zwänge, denen sich jeder religiöse Anbieter in einem kommerziell bestimmten Medium aussetzt.

Wenzel Peters