

Kirsten Krüger: Lebenshilfe als Programm. Zur Entwicklung des Angebots und der Rezeption psychosozialer Lebenshilfe im Fernsehen
Konstanz: UVK 1996 (Wissenschaftsforum, Bd. 4), 462 S., ISBN 3-89669-207-0,
DM 58,-

Kann das Fernsehen Lebenshilfe leisten? Für den ersten Intendanten des ZDF, Karl Holzamer, war sie fast der Inbegriff des Programmauftrages des Fernsehens selbst, nämlich „die Eingewöhnung [des Menschen in eine] verwandelte technische Welt“ (S.12). Betrachtet man jedoch die ZDF-Programmpolitik seit Beginn der neunziger Jahre, so sind einschlägige Sendungen wie *Kontakte* verschwunden, mit anderen Beratungs- und Hobbymagazinen fusioniert oder in unattraktive Sendeplätze abgeschoben: „Lebenshilfe“ wird heute vornehmlich von den kommerziellen Kanälen offeriert, dort allerdings auf ganz andere Weise, nämlich in skrupellos ausbeutenden Talkshows oder in banalen Daytime Serials. So viel zur Programmentwicklung, die diese Dissertation aus Marburg vornehmlich am Beispiel des religiös orientierten Magazins *Kontakte* im ZDF seit seinem Beginn von 1973 bis zu seinem Ende 1994 nachzeichnet.

Darüber hinaus geht es dieser theoretisch wie empirisch vorgehenden Arbeit um die begriffliche wie analytische Klärung medialer Lebenshilfe überhaupt, um die Aufgaben und die Möglichkeiten des kirchlichen Programmauftrages sowie – in empirischen, über die rund 20 Jahre Programmentwicklung verteilten Fallstudien – um die Sendekonzepte und Gestaltungsformen von *Kontakte* wie um die Reaktionen der ZuschauerInnen, die zum einen sekundäranalytisch an den Ratings und zum anderen – qualitativ und ausgewählt – an der Zuschauerpost ermittelt werden. Dabei zeigt sich, daß die von katholischer Seite zu verantwortenden Sendungen stärker konfessionell ausgerichtet sind als die protestantischen. Insgesamt läßt sich aber eine beharrliche Kontinuität über die zwei Jahrzehnte feststellen, die das „von kirchlicher Publizistik formulierte Anliegen der doppelten Stellvertretung“ (S.381) beibehält: nämlich zentrale Lebensthemen durch Betroffene, aber auch durch sachlich-analytische Präsentation zu bearbeiten und zugleich direkte individuelle Beratung durch Schreib- und Telefonservice anzubieten. Womöglich paßt dieses diskrete Konzept generell nicht mehr in die kurante Fernsehlandschaft, die es ja eher auf die ostentative Ausbeutung menschlicher Probleme anlegt.

Aber offensichtlich sind auch die Bedürfnisse und Anliegen der ZuschauerInnen von den Redaktionen nicht genügend berücksichtigt worden: Diese haben sich ausweislich der Zuschauerpost von der „eng mit individuellen Lebenslagen verbundenen Erstaufklärung und –information über spezifische psychosoziale Problemlagen

und Handlungsoptionen hin zu einer eigenverantwortlichen Wissensorganisation und Bewertung verlagert“ (S.390), wobei aber die konfessionelle Orientierung weitgehend belanglos war und über die Jahren noch an Bedeutung verlor. Junge Leute konnte die Sendung wohl auch wegen der konfessionellen Ausrichtung kaum gewinnen, obwohl deren Beratungsbedarf – wie etwa die Zeitschrift *Bravo* zeigt – nicht weniger gering ist. So dokumentiert diese Arbeit auf sehr solide, differenzierte Weise ein Stück gescheiterte Fernsehprogrammgeschichte. Der objektive Bedarf an Beratungs-, Orientierungs- und Handlungswissen in der Gesellschaft steigt, wie alle einschlägigen Analysen signalisieren, aber das mächtigste Medium Fernsehen verabschiedet sich zusehends von entsprechend seriösen Angeboten und überläßt diese Aufgabe dann als Geschäft den Scharlatanen und Seelen-Exploiteuren.

Hans-Dieter Kübler (Werther/Hamburg)