

Tagung:
„Vor aller Augen“
Jetzt
anmelden!

Der (un-)sichtbare Tod

Sterblichkeit zwischen Alltagsverdrängung und Medienpräsenz



Fotos: © Matthias Meitzler

*Aufbahrung eines Musikanten im Jahr 1936:
Die Mitglieder der Kapelle nehmen Abschied.*

Seitdem sich die Soziologie näher mit dem gesellschaftlichen Verhältnis zu Sterben, Tod und Trauer beschäftigt, streiten die Experten über eine Frage: Ist der Tod in der modernen Gesellschaft ein verdrängtes oder ein präsenteres, ja geradezu geschwätziges Thema? Für beide Positionen lassen sich stichhaltige Argumente ins Feld führen.

Jenseits des öffentlichen Blicks

Zugegeben: Beliebter Gegenstand von Alltagsplaudereien, etwa während einer zufälligen Begegnung zweier fremder Personen, ist der Tod

nicht gerade. Im Gegenteil scheint es so, als handele es sich dabei um ein viel zu intimes Thema, welches nach Legitimierung verlangt, sollte es wider Erwarten doch zur Sprache kommen. Eine Erklärung könnte darin bestehen, dass das Sterben bzw. dessen „Begleitumstände“ im Zuge des sozialen Wandels an (öffentlicher) Sichtbarkeit verloren haben. Durch medizinischen Fortschritt, verbesserte Bedingungen in den Bereichen Arbeit, Wohnen, Ernährung und Hygiene ist der Tod zunehmend zu einem Phänomen des hohen Alters geworden. Seine Unausweichlichkeit ist zwar allgemein bekannt, gerade „in jungen Jahren“ wird er allerdings eher als abstraktes denn als konkre-

tes Ereignis antizipiert. Anders als in früheren Epochen, als z.B. aufgrund von Kriegen und Epidemien der Tod für alle Altersstufen gleichermaßen erwartbar war und regelmäßige Konfrontationen mit Sterbenden und Leichen den Alltag prägten, stellen leibhaftige Todesbegegnungen heute ein höchst seltenes Ereignis dar. Es ist eher solchen Berufsexperten vorbehalten, die professionell mit der Verwaltung von Todesfällen beschäftigt sind. Damit zusammen hängt u.a. auch die Auslagerung des Sterbens weg aus dem heimischen Umfeld hin zu Einrichtungen wie Krankenhaus oder Pflegeheim. Das Bild des öffentlich aufgebahrten Toten, um den sich nicht nur die engsten Familienangehörigen, sondern auch die gesamte nachbarschaftliche Gemeinschaft versammelt, erscheint zunehmend als ein Relikt vergangener Zeiten.

Der Tod in den Medien

Solche und andere Entwicklungen sprechen für die These von der Verdrängung des Todes. Aufgrund dessen von so etwas wie einer „sozialen Unsichtbarkeit“ des Todes auszugehen, wäre dennoch etwas voreilig. So offenbart beispielsweise ein Blick in die Massenmedien, dass der „Kommuni-



nikationsunterbrecher“ Tod durchaus ein konkreter Gegenstand von Kommunikation werden kann und seinem landläufigen Image als Tabuthema, das das Produkt einer Verdrängung ist, alles andere als gerecht zu werden scheint. Als populärer Dauergast wird er im Fernsehen, im Kino und nicht zuletzt im Internet auf bestimmte Weise darstellbar und somit auch „wissenswert“ gemacht. Ob Intensivstation, Hospiz, Mord, Suizid, Autopsie oder Bestattung – was Menschen heute über den Tod wissen (oder zu wissen glauben), wissen sie weniger „aus eigener Erfahrung“ mittels direkter Todeskontakte als vielmehr aus den Medien. Doch nicht immer werden die vielfältigen medialen Auftritte des Todes von einem pädagogischen Anspruch getragen. Je nach Format ist das Todesbild ein „gestyltes“ – insbesondere dann, wenn es nicht aufklären, sondern unterhalten soll, wie etwa im fiktionalen Kontext. Zwar ist ein Tatortkrimi ohne Todesfall von Seltenheitswert, doch ist dieser immerzu fingiert. Der genrenotwendige Todesverweis kommt offenbar gut ohne „echte“ Leichen aus – und das ist ein Umstand, der dem Zuschauer bewusst ist.

Häufig taucht der Tod in den Medien jedoch nicht als fiktives Element auf, sondern im Zusammenhang mit journalistischer Berichterstattung. Abgesehen vom Ableben prominenter Personen interessieren hier in erster Linie solche Todesfälle, die sich gewaltsam zugetragen haben und meist eine größere Anzahl von Menschen betreffen. So erfährt der Zuschauer beispielsweise von Kriegen, Naturkatastrophen, Unfällen oder Anschlägen, wie jüngst während des Boston-Marathons. Die „Tagesschau“, die tatsächlich einen Authentizitätsanspruch transportiert, bei der es also sehr wohl um den „echten Tod“ geht, vermag zwar sachlich nüchtern von Todesfällen zu berichten, indes aber ohne den Sterbevorgang, geschweige denn den toten Körper explizit zu zeigen. →

Kurz&Bündig

Während der Tod vor allem im persönlichen sozialen Umfeld eher einer zunehmenden Unsichtbarkeit unterliegt, erfreut sich der unpersönliche „Bildschirmtod“ in den Medien großer Popularität – und ist dafür umso präsenter. Dieses Spannungsfeld zwischen Alltagsverdrängung und medialer Sichtbarkeit untersucht der Soziologie Matthias Meitzler M.A. von der Goethe-Universität Frankfurt am Main.

Das ist insofern erstaunlich, als doch gerade der Leichnam der wohl „handgreiflichste“ Todesbeweis ist. Trotz der schwer übersehbaren medialen Präsenz des Todes ist der Anblick echter Sterbevorgänge bzw. echter Leichen ein seltener, der dem Rezipienten nicht schlichtweg „widerfährt“, sondern der gezielt gesucht werden muss – und durchaus gefunden werden kann.

Doch inwieweit ist die über Medien vermittelte Sichtbarkeit des Todes an die Stelle der unmittelbaren Todeskontakte im Alltag getreten? Hier gilt es zu unterscheiden.

Persönliche und unpersönliche Todeskontakte

Wie viele andere soziologische Diskurse, lässt sich auch die Frage, ob die moderne Gesellschaft den Tod tabuisiert oder nicht, pauschal nicht beantworten. Wenn man so will, ist er verdrängt und geschwätzig zugleich – je nach dem, von welchem Tod jeweils die Rede ist. Verdrängt ist er im Sinne des „persönlichen“ Todeskontaktes im eigenen sozialen Umfeld. Gemeint ist das Sterben eines Nahe-



Foto: © Matthias Meitzler

stehenden, dessen vergangene Lebenswelt Schnittpunkte zur eigenen aufwies. Sein im Vergleich zu früheren Zeiten seltenes Auftreten macht den „unsichtbaren“ Tod des bedeutsamen Anderen zu einem Ereignis, für dessen Bewältigung kaum Routinehandlungen vorhanden sind, was wiederum mit Unsicherheiten verbunden ist. Präsent ist der Tod also weniger im unmittelbaren sozialen Nahraum, sondern im Sinne des medial vermittelten Todes, zu dem eine gewisse Distanz besteht. Nicht trotz, sondern weil es an empirisch-leibhaftiger Erfahrung mangelt, fallen Angebot und Nachfrage beim Tod in den Medien so aus, wie sie ausfallen: Dort kann er „konsumiert“ werden – aber stets

„wohldosiert“, mit dem erleichternden Wissen im Hinterkopf, dass es sich nicht um den eigenen oder den konkreten Tod nahestehender Personen handelt, sondern um ein Ereignis im medialen Binnenraum. Würde der mediale Tod tatsächlich an den „echten“ Tod erinnern, dürfte sich der Rezipient nicht mehr so gut unterhalten fühlen. Es bedarf der bewussten Diskrepanz zwischen dem räumlich bzw. sozial entfernten „Bildschirmtod“ und jener Bestürzung, die das Sterben eines Freundes oder Verwandten hervorruft. ■

Matthias Meitzler