

**Thomas Bohrmann:**  
*Ethik – Werbung – Mediengewalt. Werbung im Umfeld von Gewalt im Fernsehen. Eine sozialetische Programmatik.* München: Verlag Reinhard Fischer, 1997. 39,00 DM, 309 Seiten.



### **Ethik – Werbung – Mediengewalt**

Zwar ist die Diskussion über Gewalt im Fernsehen in der letzten Zeit ein wenig abgeebbt, doch steht zu vermuten, daß sie zyklisch wieder mehr Beachtung findet. Dann können die Diskutanten getrost zu dem Buch von Thomas Bohrmann greifen, der in seiner Studie versucht hat, ethische Normen für Werbung und Mediengewalt zu entwickeln, und dabei zu bemerkenswerten Ergebnissen gekommen ist.

Im Mittelpunkt seiner Ethik steht das sogenannte Personprinzip, das nicht nur philosophisch-anthropologisch, sondern auch religiös entwickelt wird. Damit ist zunächst einmal nichts anderes gemeint, als daß die Würde des Menschen unantastbar ist und daraus folgend die Menschenrechte zu beachten sind. Der zweite Pfeiler der Ethik ist das Demokratieprinzip, aus dem die Unverletzlichkeit der freiheitlich demokratischen Grundordnung abgeleitet wird. Auf der Basis einer an diesen Kriterien orientierten normativen Ethik setzt sich der Autor mit dem Phänomen der Werbung und der Mediengewalt auseinander.

Die Arbeit, die an der Katholisch-Theologischen Fakultät der

Ludwig-Maximilians-Universität München als Dissertation vorgelegt hat, gliedert sich in drei große Kapitel: Im ersten erkundet der Autor sozialetische Zugänge zur Werbung. Nachdem er sich zunächst mit den sozialen Prozessen der Mediengesellschaft und den Formen der Werbekommunikation beschäftigt hat, entwickelt Bohrmann seine anthropologischen und religiösen Grundlagen einer Ethik der Werbung, die vor allem auf das Personprinzip abhebt und ihre religiöse Ableitung in der Tatsache erfährt, daß der Mensch nicht nur als Person existiert, sondern eben auch als Bild Gottes (imago die). Eine Ethik der Werbung wird somit im Kontext der christlichen Sozialetik gesehen. Anschließend nimmt der Autor sich verschiedene Verantwortungsträger der Werbung vor und setzt sich dabei sowohl mit den gesetzlichen Grundlagen als auch mit der institutionellen Verfaßtheit dieser Organisationen auseinander. Der Verantwortung des Staates widmet er immerhin ein paar Seiten mehr als der Landesmedienanstalten, der Verbände zur Förderung gewerblicher Interessen, der Verbraucherschutzorganisationen und der Konsumenten, die nur kurz abgehandelt werden. Ausführlich setzt sich Bohrmann dagegen mit der Verantwortung der Werbewirtschaft auseinander, unterteilt in einzelne Abschnitte über den Deutschen Werberat, die Unternehmen, die Agenturen und die Medien.

Als Fazit hält er fest, daß es eine inhärente Ethik gibt, die von verschiedenen Interessengruppen getragen wird. Bemerkenswert ist, daß Bohrmann die Stellung des Konsumenten aufwertet: „Analysiert man die Stellung

des Konsumenten auf dem Markt, so wird deutlich, daß er nicht wehrlos und ohnmächtig einem übermächtigen ökonomischen System ausgeliefert ist, sondern daß er durch die staatlich sanktionierte Wettbewerbsordnung weitreichend geschützt wird“ (S. 110). Daraus folgert er: „Reale Partizipationschancen, Plebiszit durch aktive Teilhabe an marktrelevanten Entscheidungsprozessen gehören zu den fundamentalen Spielregeln einer demokratisch verfaßten Marktwirtschaft und werden somit dem Menschen als Person gerecht“ (ebd.). Doch die Sache hat einen Haken. Hier zeigt sich dann, daß die Studie von Bohrmann normativen Charakter hat. Indem das von ihm postulierte Personprinzip, das ja auch der christlichen Sozialetik entspricht, gewissermaßen als Maß aller Ethik in den Mittelpunkt gerückt wird, werden alle Menschen (Konsumenten und Verbraucher) nicht nur vor dem Gesetz, sondern auch vor der Ethik gleich. In der gesellschaftlichen Realität ist dies de facto aber nicht gegeben. Die realen Partizipationschancen der Verbraucher hängen natürlich vom Zugang zu derartigen Möglichkeiten ab, und die sind nach wie vor über materielle Mittel, Information und Wissen, Bildung, Alter und Geschlecht geregelt. So kann Bohrmann dann auch nur konstatieren: „Trotz der hier beschriebenen sozialetischen Strukturen, die Werbung in Deutschland normieren und kontrollieren, kommen moralische Fehlritte in der modernen Innovativwirtschaft immer wieder vor. Doch so ein Fehlverhalten darf nicht dem werbewirtschaftlichen System in seiner Gesamtheit und seinen begleitenden rechtlichen Strukturen angelastet werden, sondern

liegt allein in den moralischen Überzeugungen der einzelnen Subjekte und in einem mangelhaft ausgebildeten individuellen Ethos begründet“ (S. 111). Anschließend diskutiert er solche problematischen Fälle, in denen seiner Meinung nach das individuelle Ethos versagt hat: die Schockwerbung von Benetton und die Werbung mit religiösen Motiven von Otto Kern. Im zweiten Kapitel setzt sich Bohrmann mit der Gewaltdarstellung in den audiovisuellen Medien auseinander. Zu diesem Zweck analysiert er drei (vermeintlich) gewalthaltige Filme genauer: *The Terminator* von James Cameron aus dem Jahr 1984 als Beispiel für einen Science-fiction-Film, *Hard-Boiled* von John Woo, ein Hongkong-Film aus dem Jahr 1992 als Beispiel für einen Actionfilm, und *Friedhof der Kuscheltiere* von Mary Lambert aus dem Jahr 1989 als Beispiel für einen Horrorfilm. Ausgehend von seinen Analysen zieht der Autor Konsequenzen für Legitimität und Grenzen der Gewalt in den Medien, um schließlich sozialetische Grundnormen für die Präsentation von Mediengewalt zu liefern. Dabei unterscheidet er drei Ethik-Ebenen: die des Filminhalts, die der Programmgestaltung und -planung und die der Schnittbearbeitung. Auf der inhaltsethischen Ebene stellt er wie schon bei der Werbung das Personprinzip und das Demokratieprinzip in den Mittelpunkt. „Mit Hilfe der Medien dürfen weder die Personwürde noch die sich aus ihr ergebenden Menschenrechte angetastet werden. Ebenso ist jeder Angriff auf den demokratischen Verfassungsstaat illegitim, da die Demokratie die Staatsform ist, die am besten das ethische Prinzip der Personalität einzulösen ver-

mag. Die Zerstörung der demokratischen Ordnung bedeutet gleichsam auch die Auflösung der durch sie garantierten Grund- und Menschenrechte“ (S. 223). Diese Formulierungen entsprechen im wesentlichen auch den gesetzlichen Grundlagen des Jugendschutzes sowie den Prüfgrundsätzen der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF). Doch nachdem der Autor auch noch versucht hat, die Faszination, die derartige Filme auf jugendliche Zuschauer ausüben, zu erklären und darüber auch eine ethische Legitimität der Filme zu liefern, kommt er bei den drei analysierten Filmen zu teilweise anderen Bewertungen als die mit dem Jugendschutz befaßten Institutionen. Am Beispiel von *Friedhof der Kuscheltiere* läßt sich dies zeigen: Gegen die Bewertung der Freiwilligen Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), die den Film zunächst (1989) ab 18 Jahren freigab und knapp ein Jahr später für eine geschnittene Fassung die Freigabe ab 16 Jahren erteilte, hat Bohrmann ebensowenig Einwände wie gegen das Urteil des Prüfausschusses der FSF, der 1995 die Ausstrahlung einer geschnittenen Fassung im Fernsehen zuließ. Zuvor hatte die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften (BPjS) im Jahr 1990 die ungeschnittene Videofassung indiziert und es als besonders jugendgefährdend angesehen, daß ein zum Monster und Killer verwandeltes Kleinkind dargestellt werde. Dadurch könne möglicherweise die Hemmschwelle bei Kindern gegenüber Gewalttaten herabgesetzt werden. Demgegenüber stellt Bohrmann über *Friedhof der Kuscheltiere* fest: „Die Transformation eines Kleinkindes in ein mörderisches Alien gehört zwar

zur Erzählstruktur des Filmes, doch damit wird keineswegs ein Plädoyer für Gewalt ausgesprochen. Auf der Ebene der inhaltlichen Darstellung werden gewalthaltige Sequenzen demonstriert, die den Schrecken vorlebenden Toten beschreiben. Doch die inhaltliche Aussage will geradezu vor Gewalt warnen“ (S. 233). Hierin zeigt sich eine grundsätzlich andere Bewertung des Filmes, die nicht nur die Gesamterzählung berücksichtigt, sondern sich auch an den vom Autor aufgestellten ethischen Normen orientiert. Neben den ethischen Normen auf der inhaltsanalytischen Ebene beschäftigt sich Bohrmann auch mit der Ethik der Programmgestaltung und -planung sowie der Ethik der Schnittbearbeitung. Zum letzten Punkt stellt er fest: „Mit Hilfe von Schnitten, die Gewalt zu reduzieren versuchen, kann nämlich auch genau das Gegenteil der ursprünglichen Absicht hervorgerufen werden. Wenn beispielsweise die Folgen der Gewaltnwendung nicht mehr sichtbar sind, kann eventuell genau jene Gewalt dargestellt werden, die einen gewaltverharmlosenden und beschönigenden Charakter hat. Gewaltverharmlosung ist jedoch eine ethisch illegitime Form. Die Folgen von Gewalt dürfen niemals ganz ausgeblendet werden, sie dürfen im Film höchstens verkürzt werden“ (S. 240). Daneben sieht der Autor eine Gefahr darin, daß Schnitte den Filminhalt verfälschen und somit die Rezeption erschweren. Am Beispiel der FSK-Schnittpraxis und der Indizierung der BPjS von *Terminator* macht Bohrmann dies deutlich: „Auch wenn die FSK-16er-Version versucht hat, mit Hilfe einer Schrifteinblendung direkt zu Beginn des Films, als der Termina-

tor zum ersten Mal erscheint, den Maschinencharakter transparent zu machen, tragen eindringliche Bilder mehr zum Verständnis bei als ein nur interpretierender Text. Darüber hinaus bedeutet eine erklärende Texteinblendung eine Entmündigung der Rezipienten, da ihnen die eigene Filminterpretation genommen wird“ (S. 241 f.). Ähnliches stellt der Autor für den Film *Hard-Boiled* fest. Bei der Diskussion seiner Beispiele hebt er häufig die Spruchpraxis der Berufungsausschüsse der FSF positiv hervor, da sie das von ihm aufgestellte Kriterium der Unterscheidung zwischen der inhaltlichen Darstellung und der inhaltlichen Aussage eines Filmes berücksichtige. Die Ethik der Schnittbearbeitung sieht vor, daß der Filminhalt durch Schnitte nicht verfälscht wird, daß keine Schlüsselszenen, die für die Rezeption von zentraler Bedeutung sind, entfernt werden dürfen und daß durch Schnitte die Folgen der Gewaltanwendung nicht verharmlost werden dürfen. Abschließend plädiert der Autor für die Freiheit der ästhetischen Kommunikation, die Freiheit der Werbung und für die Etablierung und Intensivierung der Medienpädagogik. Wer wollte da widersprechen? Die Forderungen nach mehr rechtlichen Regelungen beurteilt Bohrmann skeptisch. Dazu hält er fest: „Doch Forderungen nach mehr Staat und einer Beschneidung der Medienfreiheit scheinen zu übersehen, daß bereits eine Reihe von Medienkontrollinstitutionen bzw. Verantwortungsträgern (FSK, BpJS, FSF, Landesmedienanstalten) und Gesetzen (StGB, JÖSchG, GjS, RfStV) das deutsche Mediensystem weitreichend überwachen und ordnen. Solche institutionellen Regelun-

gen sind trotz mancher Probleme und Mängel für die Funktionsweise einer modernen, demokratischen Gesellschaft notwendig und sozialetisch zu begrüßen. Besonders die FSF trägt zur Entspannung der Gewaltdiskussion im Privatfernsehen bei und bemüht sich, (Sex- und) Gewaltdarstellungen unter Jugendschutzgesichtspunkten kompetent zu reduzieren“ (S. 247). Die Forderung der Verbrauchervereinigung Medien e.V. (VVM) nach einer einheitlichen Bundeskontrollinstanz Jugendschutz für alle Medien hält Bohrmann dagegen für sehr problematisch, weil dadurch das für die Sozialetik konstitutive Prinzip der Subsidiarität aufgelöst würde, das Selbstverwaltung und Selbstorganisation befürworte und totalitäre politische Tendenzen ablehne. Hinsichtlich der Freiheit der Werbung appelliert Bohrmann an die Selbstverantwortung der Werbewirtschaft und hält die vorhandenen gesetzlichen Bestimmungen für ausreichend. Als Ziel der Medienpädagogik nennt Bohrmann, „Nutzer prinzipiell aller Altersstufen von medialen Gehalten zu einem bewußten, kritischen, reflektierten und mündigen Umgang anzuleiten“ (S. 256). Dabei bezieht er nicht nur schulische Bildung und Familie bzw. Elternhaus ein, sondern auch die Rundfunkveranstalter selbst sowie die Programmzeitschriften und nicht zuletzt die Kirche als medienpädagogisches Praxisfeld. Man muß Bohrmann bescheinigen, sich mit den sozialetischen Problemen von Werbung und Gewalt in den audiovisuellen Medien sehr differenziert auseinandergesetzt zu haben. Problematisch sind manche normative Setzungen, weil sie vom Absolutheitsanspruch des Per-

sonprinzips und des Demokratieprinzips ausgehen. Insbesondere mit dem Personprinzip wird der individuellen Person eine Bedeutung beigemessen, die zwar vor Bohrmanns theologischem Hintergrund verständlich ist, aber an den Realitäten von Gesellschaften als Sozialgemeinschaften vorbeigeht. Außerdem vermag man der Analyse der Filme an einigen Stellen nicht zu folgen, was nicht nur an der manchmal überbetonten christlichen Interpretationslyrik liegt. Zwar unterscheidet Bohrmann zwischen Darstellung und Aussage der von ihm analysierten Filme, doch liegt sein Schwerpunkt eindeutig auf der Interpretation von inhaltlichen Aspekten der Filme. Interpretationen sind aber vom Kontext des Interpretierenden sowie vom Kontext der Rezeption und Nutzung von Filmen abhängig. Die Stärken der Arbeit liegen vor allem in der Analyse und Bewertung des Umgangs von Institutionen des Jugendschutzes mit Gewaltfilmen. Hier zeigt Bohrmann neue Perspektiven auf. Seine Ethik der Schnittbearbeitung muß allen Jugendschützern zur Lektüre ans Herz gelegt werden. In seinen sozial-ethischen Plädoyers für eine offene Mediengesellschaft, in der er mehr auf die selbstregulierenden Kräfte des bestehenden Systems setzt als auf mehr staatliche und juristische Eingriffe, weist er medienpädagogischen Einrichtungen und der FSF einen besonderen Platz zu. Das Buch von Thomas Bohrmann ist für die Diskussion über Gewalt in den Medien und den Jugendschutz unverzichtbar.

Lothar Mikos