

Zeitschrift: Reihe Kriminologie / Schweizerische Arbeitsgruppe für Kriminologie = Collection criminologie / Groupe suisse de travail de criminologie

Herausgeber: Schweizerische Arbeitsgruppe für Kriminologie

Band: 16 (1998)

Artikel: Medien und Kindesmisshandlung : Berichterstattung zwischen Ethik und Kommerz

Autor: Wyss, Eva

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1051210>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 11.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

EVA WYSS

**MEDIEN UND KINDESMISSHANDLUNG:
BERICHTERSTATTUNG ZWISCHEN ETHIK UND
KOMMERZ**

1. Einleitung

Der Titel «Medien und Kindesmisshandlung: Berichterstattung zwischen Ethik und Kommerz» allein ist schon Programm. Er bietet sich an, zu einer Medienschelte auszuholen, die Medien dafür zu prügeln, dass sie um der Quoten- oder Auflagensteigerung willen keine Grenzen kennen, voyeuristische bis abscheuliche Bilder zu zeigen, begleitet von hetzerischen und sensationslüsternen Darstellungen eines Sachverhaltes. Gestützt würde eine solche Behauptung beispielsweise durch die folgende Zeitungsmeldung: «Presserat kritisiert Facts. Titelbild zur Kinderpornographie – fragwürdige Verniedlichung» (Neue Zürcher Zeitung, 11. März 1998). Als Schlussfolgerung zu seiner Kritik am kritisierten Titelbild hielt der Presserat fest, eine Zeitschrift dürfe zur Auflagensteigerung nicht unkritisch ihre Bilder auswählen. Andernfalls stehe dies in krassem Gegensatz zur geltenden Verantwortung gegenüber der Öffentlichkeit.

Auch wenn ich diese Feststellung des Presserates nur unterstreichen kann, will ich im folgenden nicht allein das Verhalten der Medien thematisieren, sondern vor allem auf die ethische Verantwortung der Konsumierenden eingehen. Zuerste stelle ich dar, wie und warum das Thema «Kindesmisshandlung» seit rund 20 Jahren im Bewusstsein der Öffentlichkeit präsent ist, oder etwas salopper ausgedrückt, warum es Konjunktur hat. In einem zweiten Teil kommt die Rolle und die Verantwortung der Medienteilnehmenden zur Sprache, d.h. der Medienschaffenden und Medienunternehmer auf der einen Seite und des Publikums auf der andern Seite. Denn wenn wir von Kommerz bzw. von Markt sprechen, gehören nicht nur Anbieter son-

dern auch Nachfragerinnen und Nachfrager mit ihrem jeweiligen Einfluss auf das Marktgeschehen dazu. Fragen der Ethik stellen sich nicht allein auf der Anbieterseite. Es ist auch eine Publikumsethik zu entwickeln.

2. Konjunktur des Themas «Kindesmisshandlung»

Das Thema «Kindesmisshandlung» ist in Mitteleuropa erst in der Mitte der achtziger Jahre ins öffentliche Bewusstsein gerückt. Für die Darstellung, wie sich dieses Thema in der öffentlichen Wahrnehmung und Diskussion eingenistet hat, beziehe ich mich auf eine Studie des amerikanischen Kriminologen Philip Jenkins¹. Er hat die Entwicklung der sogenannten «moralischen Paniken» in Grossbritannien untersucht. Im deutschsprachigen Raum liegen keine vergleichbaren Untersuchungen vor. Ich denke aber, dass wir aus dieser britischen Studie auch Schlüsse für die Schweiz ableiten können.

Bereits im 18. und im 19. Jahrhundert wurde in Fachkreisen über Kindesmisshandlung und Vernachlässigung diskutiert. Die Kinderschutzorganisationen, die Ende des 19. Jahrhunderts entstanden, kümmerten sich hauptsächlich um die Eindämmung von Grausamkeiten gegen Kinder. Inzest und sexuelle Misshandlung dagegen wurden erst um 1920 zu einem Thema. In den 60er Jahren, also vor rund dreissig Jahren begann die medizinische Forschung in den USA erstmals, die Folgen von Schlägen für Kinder systematisch zu untersuchen. Kinderschutzorganisationen fingen an, das Schlagen und Misshandeln von Kindern als Problem einzustufen. Diese Studien wurden auch in Europa zur Kenntnis genommen und beeinflussten die Diskussion um den Schutz der Kinder.

Dennoch wurde die Gefahr für Kinder zunächst ausser Haus geortet. In den 70er Jahren tauchte immer häufiger Kinderpornographie

¹ Jenkins (1992)

auf. Als Täter wurden Pädophile identifiziert. Aus dem einzeln geprägten Kinderverführer, vor dem auch ich als Kind noch gewarnt worden war, wurde darauf der viel gefährlichere und gut organiserte Pädophile. Entsprechende Ringe sollen zumindest in Großbritannien ganze Gruppen von Kindern für ihre Zwecke missbraucht haben. Immer häufiger wurde das Verschwinden und die Tötung von Kindern in solche Zusammenhänge gebracht.

In den 80er Jahren erreichte die öffentliche Besorgnis über die sexuelle Misshandlung von Kindern einen Höhepunkt. Nun waren nicht mehr fremde pädophile Männer das Problem, sondern die Täter wurden in der Familie gefunden. Sexueller Missbrauch im sozialen Nahraum schien weit verbreitet zu sein. Als Belege wurden einzelne Skandale in der Öffentlichkeit breit ausgewalzt. Sie schienen darauf hinzuweisen, dass zahllose Misshandlungen innerhalb der Familie stattfinden, ohne dass sie von Außenstehenden wahrgenommen werden.

Ab Mitte der 80er Jahre war sexuelle Misshandlung von Kindern nicht mehr nur ein Thema für Fachleute und Kinderhilfsorganisationen. Es wurde zu einem aufregenden Gegenstand der öffentlichen Debatte und zu einem zu skandalisierenden sozialen Problem. Das schlug sich auch in der Medienberichterstattung nieder. Die damals noch seriöse britische Tageszeitung «Times» berichtete 1987 in einem einzigen Jahr gleichviel über sexuellen Missbrauch von Kindern, wie in den neun vorangehenden Jahren zusammen. Die meisten Berichte bezogen sich auf Vorfälle und auf Gerichtsverhandlungen, die – so vermutet Jenkins – in früheren Jahren nicht beachtet worden wären.

Zur zunehmenden öffentlichen Skandalisierung von sexuellem Kindesmissbrauch in den 80er Jahren trugen ebenfalls Befragungen von Erwachsenen bei über ihre allfälligen Missbrauchserfahrungen. Die Erhebungen förderten alarmierende Zahlen zutage. Über den wissenschaftlichen Wert solcher Befragungen wurde kaum diskutiert.

Sexuelle Misshandlung von Kindern wurde nun als grosses soziales Problem wahrgenommen.

Es ist zu vermuten, dass sich Häufigkeit und Umfang entsprechender Vorkommnisse, also die Summe von Hellfeld und Dunkelfeld während eines überblickbaren Zeitraums nicht wesentlich verändert haben. Um so mehr stellt sich die Frage, weshalb das Thema gerade in den achtziger Jahren so wichtig wurde. Darüber können nur Vermutungen angestellt werden.

Die deutsche Publizistin Katharina Rutschky² beispielsweise argumentiert mit der pluralistischen und individualisierten Gesellschaft, die kaum noch gemeinsame Werte habe. Ein missbrauchtes Kind sei der kleinste gemeinsame Nenner einer solchen Gesellschaft. An ihm lasse sich einhellige Empörung und moralische Gemeinschaft inszenieren, eine Gemeinschaft, die es sonst in dieser Gesellschaft nicht mehr gebe. Das Thema wurde in der Tat von allen sozialen und politischen Gruppierungen aufgenommen, von Linken und Rechten, Moralisten und Progressiven.

Ein weiterer Grund dafür, dass die Problematik ins öffentliche Bewusstsein gerückt ist, liegt vermutlich in der neuen Frauenbewegung. Ihre Exponentinnen begannen in den 70er und 80er Jahren, sexuelle Gewalt, ausgeübt von Männern, zu thematisieren. Sie konnten deutlich machen, dass sexuelle Gewalt weniger mit Sexualität, denn mit Machtausübung zu tun hat. Entsprechend wurden die geltenden Herrschaftsverhältnisse zwischen den Geschlechtern problematisiert. Im gleichen Zug wurde auch aufgezeigt, dass sich diese Gewalt im sozialen Nahraum nicht nur gegen Frauen, sondern auch gegen Kinder richtet.

Der Kriminologe Jenkins nennt als weiteren Grund für die Konjunktur des Themas die fehlende Opposition zur Skandalisierung.

² Rutschky (1994)

Man ging in den 80er Jahren allgemein davon aus, dass die gängigen Antworten auf dieses neu wahrgenommene soziale Problem keinen Schaden anrichten konnten. Antworten waren als Prävention die Wegnahme der Kinder von den misshandelnden Eltern und die Bestrafung der Täter.

Erst in jüngster Zeit änderte sich diese Haltung etwas. Insbesondere als einzelne Fälle von eigentlichen Hexenjagden bekannt wurden, als ganze Dorfgemeinschaften des Inzests und Mitarbeiter von Kindergarten oder Kinderheime reihenweise des sexuellen Missbrauchs bezichtigt wurden und am Schluss nicht viel an Substanz übrigblieb, erst seither wird hier und da mit einem Verdacht etwas sorgfältiger umgegangen. Ich beziehe mich hier auf Beispiele aus Deutschland.

3. Die Rolle der Medien

Zunächst möchte ich auf die Medienentwicklung der vergangenen rund 15 Jahre eingehen. Mit der Dualisierung des Systems der elektronischen Medien hat sich die Medienlandschaft grundlegend verändert. Die Einführung von werbefinanzierten privaten Radio- und Fernsehstationen in den 80er Jahren in Europa hat die Konkurrenzverhältnisse auf dem Medienmarkt sehr stark beeinflusst. Ende 1983 wurden in der Schweiz erstmals private Lokalradiosender zugelassen. Sie mussten sich gegen die etablierten Medien behaupten und die Aufmerksamkeit des Publikums auf sich ziehen. Dazu eignen sich boulevardisierte Berichte sehr gut, denn sie bringen Einschaltquoten.

Boulevardisierung heisst, die Gefühle ansprechen, Betroffene zu Wort kommen lassen, Gut und Böse klar voneinander unterscheiden, Meldungen und Berichte an Personen festmachen, möglichst nahe am unmittelbaren Geschehen sein. Viele ethische Grundregeln des Journalismus bleiben dabei auf der Strecke. Persönlichkeitschutz ist kaum mehr ein Thema. Namen von Tätern und Opfern bei

Reportagen über Straftaten beispielsweise werden rücksichtslos genannt. Konsequenzen für die Beteiligten werden nicht bedacht. Medienungewohnte Betroffene werden ihrer Menschenwürde und ihrer Intimsphäre beraubt, wenn sie, noch unter dem Schock einer Straftat stehend, gleich zu Interviews aufgefordert werden. Das sind nur einige Beispiele der Auswirkungen der Kommerzialisierung des Mediensystems.

Was mit den Lokalradios anfing, potenzierte sich mit der Einführung der privaten Fernsehstationen. Diese sehr kostenintensiven werbefinanzierten Medien stehen noch viel stärker unter Erfolgszwang, d.h. unter dem Einschaltquotendruck. Sie zeigten von nun an Bilder, die man bisher in den öffentlich-rechtlichen Medien aus vorwiegend ethischen Gründen nicht gesehen hatte. Je näher und detaillierter das abscheuliche Ereignis, die Tränen der Opfer und die Wut und Ratlosigkeit der Nachbarn gezeigt werden, desto kitzliger ist die Story und desto sicherer die Aufmerksamkeit des Publikums für den betreffenden Sender. Die Steigerung des voyeuristischen Angebots scheint keine Grenzen zu kennen.

Der Boulevardisierungs-Sog erfasste auch die gedruckten Medien. Sie mussten nun in Konkurrenz zum Fernsehen ebenfalls Bilder ähnlicher Qualität zeigen, um in gewissen Bereichen überhaupt noch zur Kenntnis genommen zu werden. Die verschiedenen Medien schaukelten sich gegenseitig hoch. Wenn das Lokalfernsehen ein Interview mit den Eltern des getöteten Mädchens bringt, muss das Sonntagsblatt nachziehen und Statements von Personen aus dem Umfeld des Täters bringen usw. Die entsprechenden Schlagzeilen sind bekannt.

Selbst die sogenannten seriösen Medien änderten ihren Stil. In der Gerichtsberichterstattung über ein Sexualdelikt beispielsweise wurde noch zu Beginn der 80er Jahre anders berichtet als heute. Während damals die Tat nur ansatzweise genannt wurde, sind heute auch

in den seriösen Blättern Details über den Tathergang gefragt. Leider fehlen auch hier die entsprechenden genaueren Medienanalysen.

Die Medienproduktion ist heute als Folge der immer härter werden- den Konkurrenz Bedingungen ausgesetzt, die mit der Wahrung der Menschenwürde und der Förderung des Gemeinwohls nicht mehr viel zu tun haben, aber um so mehr mit den Gegebenheiten des Marktes. Es sieht so aus, als ob es sich um einen eigendynamischen Prozess handelte, dem Medienschaffende und Publikum gleicher- massen ausgeliefert sind.³

In diese Medienentwicklung passt das Thema «Kindesmisshandlung» sehr gut hinein. Es handelt sich um einen neuen Typus von «Sex-and-Crime»-Geschichten. Wegen der Besorgnis um das neu entdeckte soziale Problem erhalten entsprechende Berichte einen seriösen Anstrich. Gleichzeitig wird das Bedürfnis des Publikums nach aufregenden Geschichten gestillt. Das plakatierte Entsetzen über solch abscheuliche Vorgänge ist einer breiten Zustimmung si- cher. Wieviel Widersprüchlichkeit und Doppelbödigkeit die einzel- nen Medien dabei produzieren, müsste von den Medienwissenschaf- tern ebenfalls genauer untersucht werden.

Neu beim Thema «sexuelle Kindesmisshandlung» ist, dass jetzt auch jene Medien das Thema aufgreifen dürfen, die bisher leicht angewi- dert einen Bogen um die verschrieenen «Sex-and-Crime-Stories» ge- macht haben. Alle Medien helfen nun mit, Kindesmissbrauch und Kindesmisshandlung zu einem breit diskutierten Thema zu machen.

Doch entspricht das, was die Medien aus dem Thema machen, den Intentionen jener, die wirklich etwas zum Schutz der Kinder beitragen wollen? Ich möchte hier auf eine Analyse der deutschen Krimi- nologin Helga Cremer-Schäfer hinweisen. Sie befasst sich mit den sogenannten Skandalisierungsfällen. Skandalisierungsfällen ent-

³ Haller/Holzhey (1992)

wickeln sich aus der öffentlichen Diskussion. Und das läuft wie folgt ab: Als Frauen- und Kinderschutzbewegungen das Thema aufbrachten, benützten sie die Begriffe «Gewalt gegen Kinder» oder «Gewalt gegen Frauen» als Verweisungssymbol bzw. als Hinweis auf die «männliche Vorherrschaft» und auf den «Objektstatus» der Kinder. Die Medien hingegen verwenden die Begriffe anders:

«Wenn die Medien hingegen das Thema aufgreifen, transformieren sie das Verweisungssymbol in ein Verdichtungssymbol: Die moralische Empörung wird zur «Entrüstung» und zur Gelegenheit, einen Ordnungsdiskurs zu führen, der den Skandalisierungsintentionen der Bewegung entgegenlaufen kann. Da geht es nicht mehr um Fragen von Herrschaft und Befreiung, sondern um private, illegitime Gewalt, um Normverletzung, «kriminelle Gewalt, «Brutalität», um Normverluste auf der Seite der Individuen, seien das die Männer oder die Eltern, wahlweise die Mütter oder Väter. Der Lösungsweg, die Mobilisierung staatlicher Kontrolle, ist mit dem Vokabular vorgezeichnet.»⁴

Die Skandalisierung, wie sie unter der Federführung der Medien stattfindet, führt demnach lediglich dazu, dass die Täter vermehrt verfolgt und bestraft werden, aber nicht, dass an den zugrunde liegenden Ursachen, insbesondere an den etablierten Herrschaftsverhältnissen und der Un-Gleichstellung der Geschlechter etwas verändert wird.

Allein den Medien kann man die Schuld an dieser Entwicklung nicht anlasten. Sie sind nur ein Teil der öffentlichen Diskussion. Zwar ist feststellbar, dass sie zunehmend nach den Kriterien des Marktes und nicht mehr nach ideellen Gesichtspunkten funktionieren. Ich habe es bereits erwähnt. Doch der Markt besteht nicht allein aus den Anbietern, sondern auch aus den Konsumierenden. Die Anbieter sind nur erfolgreich, wenn ihre Produkte auch gekauft werden. Das Radio- und Fernsehpublikum, die Leserinnen und Le-

⁴ Cremer-Schäfer (1994)

ser von Zeitungen und Zeitschriften, das heisst wir alle, tragen eine Teil-Verantwortung für die Entwicklung der Medien. Wir können Einfluss nehmen auf deren Inhalte. Über die Ethik der Medien-schaffenden und seltener auch über die Ethik der Medienunterneh-mer ist in jüngerer Zeit viel nachgedacht, geredet und geschrieben worden. Nur selten wird aber die ethische Mitverantwortung des Publikums thematisiert. Unter dem Titel Medienethik möchte ich mich deshalb heute mit diesem in der ethischen Diskussion vernach-lässigten Marktfaktor zuwenden.

4. Die Ethik des Publikums

Die Menschen verwenden einen mehr oder weniger grossen Teil ih-rer Zeit für die Nutzung von Medien. Angesichts des überbordenden Angebots von unterschiedlichsten Typen von Zeitungen, Zeitschrif-ten, Radio- und Fernsehprogrammen, sind sie gezwungen, auszu-wählen. Diese Auswahl kann aktiv, gezielt und bewusst ablaufen. Sie kann aber auch vom Zufall und von dem, was gerade erreichbar ist, ge-steuert werden.

Was hat das mit Ethik zu tun? Der Kommunikationswissenschaftler Rüdiger Funiok beschreibt die Publikumsethik wie folgt: «Sie reflek-tiert die Wahlentscheidungen der Einzelnen, ihre Aneignungs- und ihre Bewertungsprozesse».⁵ Publikumsethik unterscheidet sich da-mit von der Rezipientenforschung. Diese fragt, wie das Publikum die Medien nutzt. Die Publikumsethik dagegen fragt, wie ein verant-wortliches Publikum die Medien nutzen soll. Sie ist damit Teil der Medienethik.

Medienethik kann in verschiedene Elemente unterteilt werden. Der Medienethiker Wolfgang Wunden⁶ differenziert die Medienethik wie folgt:

5 Funiok (1996), S. 108.

6 Wunden (1996.)

- Die Produzenten-Ethik spricht die Medienschaffenden, die Journalistinnen und Journalisten an.
- Die Distributions-Ethik bezieht sich auf die Medienunternehmer.
- Die Publikums-Ethik nimmt die Medienkonsumentinnen und -konsumenten in die Pflicht.
- Schliesslich nennt Wunder auch noch sozialethische Aspekte der Medienpolitik als zur Medienethik gehörend.

Ich gehe im folgenden nur auf die Publikumsethik näher ein. Es könnte argumentiert werden, wer welche Medien wie nutzt, sei Privatsache und liege in der privaten Verantwortung jedes Einzelnen. Diesem Argument muss jedoch entgegengehalten werden, dass Mediennutzung auch einen öffentlichen Aspekt hat. Denn die immer besser ausgebauten Rezipientenforschung erfasst die Mediennutzung immer differenzierter. Und die Resultate dieser Publikumsforschung schlagen sich sogleich in der Gestaltung der Medieninhalte nieder. Mit meinem persönlichen und individuellen Entscheid für die Nutzung von Medien kann ich also ähnlich viel zur Gestaltung der Medien beitragen, wie ich als Stimmhörerin mit meinem Abstimmungszettel politische Vorhaben mitgestalten kann.

Die Medienkonsumenten treten in unterschiedlichen Rollen als Medienteilnehmende auf. Sie tragen in diesen verschiedenen Rollen eine Teil-Verantwortung für die Medienentwicklung- und -gestaltung. Sie sind erstens als Bürgerinnen und Bürger Teil der Gesellschaft, tragen eine staatsbürgerliche Verantwortung. Sie sind zweitens Gestaltende ihrer privaten Zeit, und tragen für die Nutzung ihrer Zeit die Verantwortung. Und drittens haben Konsumentinnen und Konsumenten eine Erziehungsfunktion, wenn ihnen Kinder und Jugendliche anvertraut sind, wenn sie mit erwachsenen Menschen arbeiten und wenn sie sich selbst mit einer für sie sinnvollen und verantwortungsbewussten Mediennutzung befassen. Diese Elemente der Verantwortung sind weder delegierbar noch abschiebbar an andere Verantwortungsträger.

Es stellt sich nun die Frage, wie denn die idealen Medienteilnehmen- den charakterisiert werden müssen. Funiok⁷ ordnet ihnen die folgen- den Eigenschaften zu: Sie sind aktiv suchend, bewusst auswählend, kritisch beurteilend und schliesslich politisch aktiv werdend. Das sind hohe Anforderungen an uns als Mitglieder der Mediengesell- schaft. Sie berücksichtigen allerdings die Unterhaltungsfunktion der Medien nicht, eine Teil-Funktion, die im Medienangebot auch ihre Platz und ihre Berechtigung hat. Funiok plädiert deshalb dafür, Unterhaltung nicht per se negativ zu beurteilen. Unterhaltung bein- halte eine emotionales Erlebnis und sei relevant für die eigene Identitätsbildung.

Doch es gibt die verschiedensten Typen von Medienunterhaltung, genauso wie es die verschiedensten Typen von Medieninformation gibt. Auch hier kommt es wieder darauf an, wie man was nutzt. Und um die Verbindung zwischen Medienkonsum auf der einen und Medienverantwortung des Publikums auf der andern Seite herzu- stellen, möchte ich einige Ansätze skizzieren, wie die konkrete Umsetzung dieser ethischen Ansprüche aussehen könnte, wie das Publikum seine Verantwortung wahrnehmen und aktiv werden kann.

5. Einflussnahme des Publikums

Der Gedanke an Medienpädagogik taucht vermutlich als Erstes auf, der Gedanke an die Verpflichtung der Schule, die Kinder und Ju- gendlichen an eine sinnvolle und verantwortungsbewusste Nutzung der Medien heranzuführen, ihnen Medienkompetenz zu vermitteln. Inhalte von Medienpädagogik sind unter anderem, die Mechanis- men verstehen lernen, unter denen Medien produziert werden, die Arten von Meldungen, Berichten, Reportagen, Filmen usw. unter- scheiden zu lernen, und schliesslich zu lernen, eine Auswahl aus dem

7 Funiok (1996)

riesigen Angebot zu treffen. Denn die Begrenzung der Zeit macht einen partiellen Programmverzicht nötig. Jede Person muss für sich selbst herausfinden, wieviel Zeit sie für den Medienkonsum aufwenden oder ob sie sich in der freien Zeit nicht auch anderen Aktivitäten zuwenden will. Im Bereich Vermittlung von Medienkompetenz könnten die Schulen noch einiges verbessern.

Doch die Verantwortung soll auch hier nicht einfach an die Schule delegiert werden. Was für die Jugendlichen gilt, hat auch für die Erwachsenen Bedeutung. Jeder einzelne Mensch ist angehalten, sein Mediennutzungsverhalten zu reflektieren und sich zu fragen, welche Präferenzen er setzt. Eine kritisches Beobachtung der Medienangebote wäre ein weiterer Schritt. Solche Reflexionen können schliesslich dazu führen, sich bestimmte Programme nicht mehr anzuschauen, bestimmte Berichte oder Zeitungen nicht mehr zu lesen. Und da die Medien die Rezipientenforschung ernst nehmen, werden sie auch auf einen zumindest teilweisen Konsumboykott reagieren.

Als letzten Punkt des Aktivwerdens möchte ich den Mut zur öffentlichen Äusserung nennen. Es gibt wohl kaum ein Gremium, einen Verein, der sich nicht in irgendeiner Form zu den Medien äussern könnte. Es gibt die Möglichkeit von Leserinnenbriefen, den Brief ans Radio, ans Fernsehen. Auch einzelne Äusserungen des Publikums werden von den Medien ernst genommen. Und schliesslich gibt es in der Schweiz verschiedene Organisationen, die sich mit Medienpolitik und Mediennutzung beschäftigen.

All diese Vorschläge mögen den Eindruck erwecken, wie Tröpfchen auf einem heissen Stein zu verdunsten. Angesichts der Marktkräfte, die inzwischen im Medienbereich wirken, scheint mir jedoch, dass die Konsumentinnen und Konsumenten einen nicht zu unterschätzenden Einfluss haben. Sie müssen nur ihren Teil der Marktmacht ausspielen und alle Möglichkeiten zur Beeinflussung der Medieninhalte nutzen.

Literatur

- Cremer-Schäfer Helga, Skandalisierungsfallen. Einige Anmerkungen dazu, welche Folgen es hat, wenn wir das Vokabular «der Gewalt» benutzen, um auf gesellschaftliche Probleme und Konflikte aufmerksam zu machen. in: Kriminologisches Journal, 24/1994.
- Funiok, Rüdiger, Grundfragen einer Publikumsethik, in: ders. (Hrsg.), Grundfragen der Kommunikationsethik, Konstanz 1996.
- Haller Michael / Holzhey Helmut (Hrsg.) Medien-Ethik, Opladen 1992
- Jenkins Philip, Intimate Enemies, Moral Panics in Great Britain, New York, 1992
- Rutschky, Katharina, Sexueller Missbrauch als Metapher, in: dies., Handbuch sexueller Missbrauch, Hamburg 1994
- Wunden, Wolfgang, Auch das Medienpublikum trägt Verantwortung, in: Funiok, R., Grundfragen der Kommunikationsethik, Konstanz 1996.

