media/rep/

Repositorium für die Medienwissenschaft

MEDIENwissenschaft
Rezensionen | Reviews

Gregor Schwering

Thomas Bohrmann: Ethik - Werbung - Mediengewalt. Werbung im Umfeld von Gewalt im Fernsehen. Eine sozialethische Programmatik

1998

https://doi.org/10.17192/ep1998.3.3239

Veröffentlichungsversion / published version
Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:
Schwering, Gregor: Thomas Bohrmann: Ethik - Werbung - Mediengewalt. Werbung im Umfeld von Gewalt im Fernsehen. Eine sozialethische Programmatik. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 15 (1998), Nr. 3. DOI: https://doi.org/10.17192/ep1998.3.3239.

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.

DFG Deutsche Forschungsgemeinschaft

Philipps Universität Marburg

VI Hörfunk und Fernsehen

Thomas Bohrmann: Ethik – Werbung – Mediengewalt. Werbung im Umfeld von Gewalt im Fernsehen. Eine sozialethische Programmatik
München: Reinhard Fischer 1997, 309 S., ISBN 3-88927-211-8, DM 39,–

In der zunehmend heftiger geführten Debatte um die problematischen Interferenzen von medialer Gewaltdarstellung und tatsächlicher Gewaltausübung ist eine differenzierte Aufarbeitung des Sachverhaltes nicht nur interessant, sondern auch notwendig. In diesem Sinne ist es das Verdienst von Bohrmanns Untersuchung, daß sie sich nicht auf die wohlfeile und dazu populäre These von einer direkten Beziehung zwischen Gewaltdarstellung und -ausübung einläßt. Es ist keineswegs so, daß einem gewalthaltigen Film automatisch ebensolche Taten nachfolgen. Im Gegenteil: „Gewalthaltige Filme haben eine ethische Berechtigung, da sie beim Rezipienten grundlegende Erlebnisdimensionen (Delektationen) auf der sensomotorischen, emotionalen, kognitiven und reflexiven Ebene ansprechen, die für die menschliche Entwicklung [...] wichtig sind." (S.263). Schon Benjamin wußte, daß die der Psyche konstitutiv zugehörenden Gewaltphantasien im Kino auf symbolischem Territorium ausagiert werden können, bevor sie sich zu realen Handlungen verdichten. Die filmische Darstellung von Gewalt hat demnach weniger eine stimulierende als vielmehr kompensierende Funktion, da sie einen Umgang mit Gewalt ermöglicht, der nicht zwangsläufig zur Ausübung derselben führt. Dies aber müßte von einer Medienethik berücksichtigt werden, die der komplexen Ausdifferenzierung des Medialen gerecht werden möchte und also nicht einem schlichten Reiz-Reaktion-Schema verfällt. Damit bietet Bohrmanns Analyse keine einfache Konsumentenmoral, weil sie sich den Ambivalenzen von Medialität in Fernsehen und Werbung auszusetzen versucht. Allerdings geht sie darin von einer selbst ambivalenten Grundannahme aus, da sie ihre Basisoperation allein in den Prämissen einer anthropologisch fundierten „Christlichen Sozialethik" (S.14) sieht. Die in dieser Hinsicht vollzogenen Setzungen – „Als freies und autonomes Weltwesen gestaltet und ordnet er [der Mensch; G.S] die Welt und erhebt sich somit als Herr über sie" (S.68) – sind aus philosophischer wie psychoanalytischer Sicht nicht nur unhaltbar, sie sind in ihrem anthropozentrischen Gehalt auch höchst problematisch. Eine Verunsicherung dieser Perspektive im Kontext anderer Ethikkonzeptionen wäre hier nicht nur wünschenswert, sie wäre nötig gewesen.

Gregor Schwering (Siegen)