

Destruktive Auswüchse in Film, Fernsehen und Internet  
rufen massiven öffentlichen Druck hervor

# Medien und Moral in den USA

Ferdinand Oertel

Das Massaker in der Schule von Littleton bei Denver im Frühjahr letzten Jahres, bei dem zwei Schüler mit Waffen und Bomben ein schreckliches Blutbad anrichteten und selbst umkamen, hat die amerikanische Öffentlichkeit ähnlich tief aufgerüttelt wie der Bombenanschlag in Oklahoma vor vier Jahren. Im ersten Augenblick wurde für das Schulmassaker neben dem unkontrollierten Waffenzugang und -besitz auch für Jugendliche den Medien Film, Fernsehen und Internet die Schuld angelastet. Die jugendlichen Täter waren mit langen schwarzen Mänteln so gekleidet wie brutale Gangster in Filmen und Fernsehserien und hatten sich ein abstruses Weltbild aus Internetinhalten konstruiert, das zum Ausgangspunkt ihrer Vernichtungstaten wurde.

Als tiefere Ursachen für das Jugendverbrechen wurden später noch andere gesellschaftliche Entwicklungen in den USA vermutet, etwa die fehlende Erziehung bei nur aufs eigene berufliche Fortkommen bedachten Eltern oder das frustrierende soziale Umfeld in vielen sterilen und uniformen Vorstädten, das jungen Menschen keine Perspektiven bietet. Doch die prägende Rolle der Medien, die sich auch in vielen anderen Verhaltensweisen junger Menschen zeigt, blieb unbestritten. Das hat jetzt in den USA Elternverbände, Politiker

und die katholische Kirche verstärkt auf den Plan gerufen.

Gemäß der freiheitlich-demokratischen Grundauffassung ist, wie ein Kommentator in einer katholischen Wochenzeitung nach Littleton schrieb, „mit Verboten nichts getan“. Doch wann immer in der amerikanischen Gesellschaft als Folge der fast absoluten Freiheit irgendwo bedrohliche Auswüchse zutage treten, setzt sich ein – ebenfalls freier – Regulierungsmechanismus in Gang. Bürger werden aktiv; Eltern, Kirchen und schließlich auch Politiker mobilisieren die öffentliche Meinung und zeigen damit oft mehr Stärke als Verbote und Gesetze. Im Fall des Waffenbesitzes sind bis heute zwar alle geforderten Kontrollregulierungen gescheitert, doch nicht nur, weil die Waffenlobby so stark ist, sondern weil es sich um ein fast mythenähnliches Recht aus der Gründerzeit handelt.

Im Bereich der Medien verhält es sich anders. Zum Schutz vor dem negativen Einfluss der Medien vor allem auf die Jugend sind im vergangenen Sommer drei bemerkenswerte Initiativen von ganz unterschiedlicher Seite gestartet worden:

– Im Juni stellte Präsident Clinton der „Federal Trade Commission“ für eine bis Ende 2000 zu erstellende Studie eine Million US-Dollar zur Verfügung, durch die Vermark-

tungsstrategien der Film- und Video-Industrie aufgedeckt werden sollen, die zu beanstandendes Material auch an Jugendliche und Kinder heranführen.

– Im Juli 1999 appellierten führende Politiker, Pädagogen, Vertreter der Wirtschaft und der Kirchen sowie des Militärs (!) in einem gemeinsamen Statement an die Unterhaltungsindustrie in Hollywood, sich in einem neuen Produktions-Code freiwillig strikte Richtlinien zur Beachtung des Jugendschutzes aufzuerlegen.

– Zuvor schon hatten im Mai die US-Bischöfe für die Gemeindegemeinschaft ein Aktions-Video herausgegeben, das ihre Grundsatz-erklärung „Die Erneuerung des Geistes der Medien: Überwindung der Ausbeutung durch Sex und Gewalt in den Medien“ vom Herbst des Jahres 1998 in Familie, Schule und Staat in die Tat umsetzen soll.

---

### **Kontrolle der Filmindustrie**

---

Als Anfang des Jahrhunderts die Filmindustrie entstand, entwickelte sie selbst bald freiwillig einen Produktions-Code, der die protestantisch-puritanische Bürgermoral schützen sollte. Allerdings musste der „Freiwilligkeit“ schon immer durch Drängen von Politikern und Kirchen nachgeholfen werden. So kam die Gründung der „Production Code Administration“ 1934 in Hollywood vor allem auf Druck und Mitwirkung des politischen Abgeordneten William Hays (Indiana) zu Stande (weshalb das Büro intern „Hays Office“ genannt wurde). Im gleichen Jahr gründete die katholische Kirche die „Legion of Decency“, die Katholiken unter Eid verpflichtete, Filme mit unmoralischem Inhalt zu boykottieren. 1936 richtete die Legion ihr erstes Bewertungsbüro ein, das fortan alle Filme – im Gegensatz zur Production-Code-Klassifizierung nach Alters-

zugehörigkeit moralisch einstufte. Diese Filmbewertungsstelle wurde nach dem Zweiten Weltkrieg offiziell als Büro für Film und Rundfunk in die Bischofskonferenz integriert (während die 1944 als freie Organisation engagierter katholischer Laien wieder belebte, „Legion of Decency“ mit rigorosen Boykottaufrufen jedoch nicht überall in der Kirche auf Zustimmung stößt).

---

### **Einschnitt durch Fernsehen**

---

Durch das Aufkommen des Fernsehens änderte sich seit den fünfziger Jahren die Mediensituation grundsätzlich. Die neuen Fernsehproduktionen wurden für die Kinofilmgesellschaften zur wirtschaftlichen Bedrohung, und obwohl einige Gesellschaften neben Kinofilmen auch mit der Fernsehfilmproduktion begannen, setzten sie aus Konkurrenz zum familienfreundlichen „Heimkino Fernsehen“ in den Kinofilmen stärkere Anreize für Erwachsene ein, dass heißt Gewalt- und Sexszenen hielten ihren Einzug. Wieder auf Druck der Öffentlichkeit musste die Unterhaltungsindustrie erneut reagieren. An die Stelle der alten „Production Code Administration“ mit inzwischen unzulänglichen Bewertungen trat 1968 die „Motion Picture Association of America“ (MPAA). Für sie klassifiziert eine Gruppe unabhängiger, wechselnder Mitglieder aus allen Gesellschaftsbereichen die Filme nach Alterseignung (wobei Pornokinos die für Jugendliche als ungeeignet geltende X-Klassifizierung bis zur XXX-Kennzeichnung noch attraktiver zu machen versuchen). Das Filmbüro der katholischen Kirche stuft Filme nach moralischen Gesichtspunkten zwischen AI (für alle), AII (für Erwachsene und Jugendliche), AIII (nur für Erwachsene), AIV (mit Einschränkungen für Erwachsene) und 0 (ungeeignet) ein.

Der durch Quotendruck und damit verbundener Abhängigkeit von der Werbeindustrie immer stärker werdende Konkurrenzkampf führte seit Ende der achtziger Jahre zu einer Eskalation von Gewalt- und Sexdarstellungen, die sich nicht mehr auf den Kinofilm beschränkten, sondern auch auf das Fernsehen übergriffen. Das führte zu so heftigen Protesten der Elternverbände, dass die Politiker beider großen US-Parteien, den konservativen Republikanern ebenso wie den liberaleren Demokraten, daran nicht mehr vorbeigehen konnten. Nach langen Debatten standen am Ende zwei obligatorische Maßnahmen:

- die Kennzeichnung der Alterseignung von Fernsehsendungen durch so genannte „Inserts“, Einblendungen am Beginn der Sendungen und bei Trailern,
- die Einführung des V-Chips, der Gewalt- und Sexszenen sowie ungebührliche Sprache ausblendet.

Dabei hatten die Politiker die Fernsehverantwortlichen vor die Alternative gestellt, diese Maßnahmen selbst durchzuführen oder sie per gesetzliche Regelung vom Staat zu übernehmen. In beiden Fällen funktionierte der amerikanische Freiwilligkeitsmechanismus, allerdings mit Widerständen und auch mit umstrittenen Ergebnissen.

---

### Differenzierte Kennzeichnung

---

Für die Anfang 1997 eingeführte TV-Kennzeichnung wurde die Alterseignung der MPAA für Kinofilme weiter differenziert. Während die Filme in fünf Kategorien eingeteilt werden, gibt es für Fernsehausstrahlungen elf. Es gibt Grenzen bei sieben und vierzehn Jahren, bei Jugendlichen ohne oder mit Elternbegleitung, zusätzlich die jeweilige Gefährdung durch Gewalt und Sex im Bild oder ungebührliche Wörter oder

verführerische Dialoge in der Sprache. Während die „Inserts“ anfangs nur bei Fernsehfilmen erfolgten, wurden sie 1998 auf alle großen Shows („flag shows“) ausgeweitet, einschließlich Talkshows.

Der im März 1998 von der Federal Communications Commission vorgeschriebene V-Chip erfordert die Mitarbeit der Fernsehproduzenten und -sendeanstalten, die jene Stellen, die „offensiv“, also beleidigend sein können, technisch so markieren müssen, dass der V-Chip die Szenen „schwärzt“, und die Industrie darf seit Mitte letzten Jahres nur noch Geräte auf den Markt bringen, die mit dem V-Chip ausgestattet sind.

Eine erste Bilanz dieser beiden Maßnahmen ist bei den Jugendschützern eher negativ ausgefallen, und auch die Fernsehvertreter bleiben skeptisch. Nach anderthalb Jahren ergab eine – wenn auch nicht repräsentative – Umfrage der AP (Associated Press), dass siebzig Prozent aller Erwachsenen die TV-Inserts überhaupt nicht zur Kenntnis nehmen, darunter fünfzig Prozent der Eltern. Noch weniger Eltern machen bislang Gebrauch vom V-Chip, zum Teil weil sie ihn selbst nicht programmieren können. Abgesehen von der alten Frage, ob solche Kennzeichnungen nicht erst recht die Jugendlichen dazu verführen, sich die gefährlichen Filme anzusehen, und außerdem die Produzenten animieren, noch hemmungslosere Darstellungen ins Bild zu setzen, weil die jugendgefährdenden Stellen ja ausgeblendet werden, stellt sich die Klassifizierung als eine quantitative und qualitative Schwierigkeit heraus. Allein in den USA werden täglich tausend Zweistundenfilme ausgestrahlt, von Talkshows und anderen Unterhaltungssendungen ganz zu schweigen. Und inhaltlich qualifizieren die einzelnen Netzwerke gleiche Programme durchaus unterschiedlich. Während ABC etwa

die Krimiserie „NYPD Blue“ als geeignet für Jugendliche ab vierzehn kennzeichnet, rät NBC bei „Emergency Room“ zur Elternbegleitung. Und für die warnende Kennzeichnung „S“ (= Sex) reicht einmal eine einzelne Nacktszene, ein andermal erst eine verführerische Liebessequenz. Die Talkshow von David Letterman wird von CBS für Jugendliche mit Elternbegleitung vorgesehen, die von (dem viel schlüpfrigeren) Jay Leno von NBC als geeignet ab vierzehn bewertet.

Trotzdem halten die Befürworter der TV-Inserts und des V-Chips diese Einrichtungen für nützlich, wenn auch das Problem dadurch nicht gelöst werden könne. Ein technisches Mittel wie der V-Chip könne sowieso nicht die elterliche Erziehungsverantwortung ersetzen, sondern sie höchstens unterstützen. Hinsichtlich der TV-Kennzeichnungen wird argumentiert, die Inhaltsangaben über Ingredienzen bei Suppendosen oder Fertiggerichten würden von den meisten Verbrauchern auch nicht beachtet, aber diese seien froh, dass sie vorgeschrieben sind.

---

### **Zunehmender öffentlicher Druck**

---

Die Situation bleibt unbefriedigend, so dass der öffentliche Druck zunimmt. Neue Hoffnungen setzen Eltern und Pädagogen auf eine Studie, mit der die „Federal Trade Commission“ die Vermarktung von Gewaltfilmen, Videos und Videospiele an Jugendliche untersuchen will. Präsident Clinton setzte die Aktion, die über achtzehn Monate laufen soll, emotional und politisch werbewirksam in Szene. Er brachte einen neunjährigen Jungen mit, der erzählte, wie er in einem Kinoladen ein Magazin für Videospiele gekauft habe, weil er sich für die lustigen Spiele auf den ersten Seiten inter-

essierte. Zu Hause fand er in dem Heft dann auch Anzeigen für Spiele mit Schießanleitungen: „Noch mehr Spaß als die Katze des Nachbarn zu töten.“ Unmittelbar nach Littleton ein schlagendes Beispiel.

Die Kommission hat das Recht, in Filmstudios und vor allem Werbeagenturen Unterlagen zu beschlagnahmen, die auf Verkauf von gefährdendem Material an Kinder und Jugendliche hinweisen. Die Werbeindustrie ist ins Visier gekommen, weil sie gleichfalls in Werbespots für das Fernsehen oder Anzeigen in Zeitschriften zu Gewalttaten anregt, etwa wenn in der Werbung für ein Videospiel der Teddybär eines Kindes gejagt und von Panzern zermalmt wird.

---

### **Verantwortung in Freiheit**

---

Die Fernsehindustrie selbst ist nicht Gegenstand dieser Untersuchung. An sie richtete jedoch einen Monat nach Clintons Initiative ein Gremium führender Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens ein Statement zur Verbesserung ihrer Selbstkontrolle. Zu den Unterzeichnern gehören die ehemaligen US-Präsidenten Gerald Ford und Jimmy Carter, die ehemaligen Oberkommandierenden Colin Powell und Norman Schwarzkopf, Eli Wiesel, der bekannte katholische Pater Richard J. Neuhaus, zahlreiche Senatoren, Universitätswissenschaftler und Künstler wie Steve Allen. „Wir plädieren nicht für Zensur oder Einschränkung der künstlerischen Freiheit“, heißt es in dem Statement. „Wir verlangen nicht, dass alle Unterhaltung geeignet für Kinder sein muss. Wir verlangen keine Regulierung der Medien durch die Regierung. Wir bitten vielmehr die Unterhaltungsindustrie, ein angemessenes Minimum an Verantwortung zu übernehmen und bescheidene Schritte der Selbstbeschränkung zu tun.“ Aus der Sorge

heraus, dass die zunehmenden Gewalt- und Sexdarstellungen zu einer „wachsenden Vergiftung der volkstümlichen Kultur“ führen, schlagen die Unterzeichner einen neuen Code vor, der „gewalttätigem, sexuellem und herabsetzendem Material“ Grenzen setzt, die Eltern besser über die Inhalte informiert, mehr familienorientierte Unterhaltung garantiert und im Fernsehen die erste Stunde der Prime Time, der Hauptsendezeit am Abend, wieder zu einer Familienstunde macht. Gleichzeitig werden die Eltern aufgerufen, die Forderung dieses neuen Codes durch Anrufe, Briefe, Faxe und E-Mails an die Medien- und Werbeverantwortlichen zu unterstützen.

In einer ersten Stellungnahme eines ABC-Direktors wird unverblümt bestätigt, dass die Auswüchse in der Fernsehunterhaltung sich negativ im Verhalten der Menschen niederschlagen und „schädliche Auswirkungen“ haben, die neben andere Faktoren treten „wie vernachlässigte Erziehung, unzulängliche Schulen, zerfallene Familien und den freien Zugang zu Waffen“.

---

### Initiative der Kirche

---

Auf dem breiteren Hintergrund der vielfachen und verschiedenartigen Ursachen für die bedrohliche Entwicklung der Medienunterhaltung sieht auch die katholische Kirche den Ansatz ihrer Initiativen bei den Eltern und Erziehern. Katholische Medienexperten begrüßten grundsätzlich Clintons jüngste Aktion zur Aufdeckung der Vermarktungsstrategien, weil der negative Einfluss der Medien auf die jungen Menschen am augenfälligsten sei; doch die Hauptverantwortung in der Erziehung komme den Eltern zu.

Um diese für ihre erzieherische Verantwortung zu stärken, hat die Medienkommis-

sion der US-Bischöfskonferenz im Mai 1998 ein Video für die Gemeindeglieder veröffentlicht. Es dient als praktische Umsetzung eines umfangreichen Dokumentes, mit dem die Kirche im Herbst 1998 in die öffentliche Debatte um die Moral der Medien eingegriffen hat. Unter dem Haupttitel „Den Geist der Medien erneuern“ werden in dem Dokument und in dem Lehr-Video Wege und Maßnahmen „gegen die Ausbeutung durch Sex und Gewalt in den Medien“ aufgezeigt.

Ihr Dokument wollten die Bischöfe als eine „politische Positionsbestimmung“ verstanden wissen, die sie als Voraussetzung für eine intakte Gesellschaft ansehen. Deshalb wenden sie sich auch nicht nur an Katholiken, speziell Eltern und Pädagogen, sondern richten sich an alle Medienschaffenden und politisch Verantwortlichen. Mit großer Deutlichkeit stellen sie fest: „Die Medien scheinen sich heute fast ausschließlich unter wirtschaftlichen Erfolgskriterien zu sehen. Da sie Auswirkungen auf die gesamte Kultur haben, müssen sie sich fragen lassen, ob es zu rechtfertigen ist, wenn sie sich nur auf den Markterfolg und den Gewinn für ihre Aktienbesitzer ausrichten und Fragen der moralischen Verantwortung für ihre Produktionen ausklammern.“

---

### Neue Standards setzen

---

Im Dokument und im Video wird zu Anfang, wie in allen kirchlichen Mediendokumenten seit dem zweiten Vatikanischen Konzil, betont, dass die Medien grundsätzlich „Wahrheit und Schönheit“ in das Leben der Menschen bringen können. Gerade deshalb dürfe es nicht hingenommen werden, wenn sie „zu einer Arena für diejenigen werden, die Gottes Gabe der Leiblichkeit und Sexualität pervertieren“. Das verletze die

Menschenwürde und schade „der moralischen und seelischen Gesundheit sowohl der Gesellschaft als ganzer als auch ihrer einzelnen Mitglieder“.

Deshalb weisen die Bischöfe auch den Staat auf seine Verantwortung hin, lehnen aber Zensurmaßnahmen ab. Hingegen fordern sie zum Schutz der Menschenrechte und Menschenwürde die Nutzung aller verfassungsrechtlichen Möglichkeiten, etwa bei der Vergabe von Sendelizenzen. Konkret treten auch die Bischöfe für eine wirkungsvollere Selbstkontrolle ein und richten an die „creative community“ der Unterhaltungsindustrie die Bitte, sich ihres Einflusses und ihrer Verantwortung bewusst zu sein und Standards für ihre Arbeit zu setzen.

Besonders gefährdet sehen die Bischöfe die Heranwachsenden durch das Internet, weil es als einziges Medium unzensuriert Gewalt und Sex präsentiert. Da bereits für viele Kinder in dem frühen Alter, in dem sie noch nicht richtig lesen können, das Internet zugänglich sei, müsse seinem unkontrollierten inhaltlichen Angebot verstärkte Aufmerksamkeit zugewandt werden.

Die Bischöfe wissen allerdings, dass Regulierungen im Internet besonders schwierig sind, schon weil es jedem Anbieter weltweit offen steht und Webseiten jederzeit gelöscht oder verändert und mit anderen Adressen versehen werden können. Außerdem ist in den USA das Verständnis von Pressefreiheit so ausgeprägt, dass sogar Präsident Clinton mit seinem „Communications Decency Act“, der jugendgefährdende Seiten in Computernetzen verbieten sollte, am Obersten Gerichtshof scheiterte. Zwar hat eine Regierungskommission Verhandlungen mit der Computerindustrie über die Einführung eines Kontrollsystems nach Art des V-Chips begonnen, doch die Erfolgsaussichten sind gering.

Wie beim Jugendschutz für Film und Fernsehen setzen die Katholiken auch im Umgang mit dem Internet auf die „Kontrollfunktion der Eltern“, fordern vom Staat jedoch gesetzliche Unterstützung so weit wie möglich. Sie führen den Eltern vor Augen, dass sie mitschuldig an der negativen Entwicklung werden, wenn sie dazu schweigen, statt ihre Stimme zu erheben. Das Video gibt konkrete Hinweise für ein solches Eingreifen, angefangen damit, dass Eltern ihre Besorgnisse öffentlich machen und überall ins Gespräch bringen: in der Nachbarschaft, der Kirchengemeinde, der Ortskommune, der Schule, in den politischen Parteien.

Im Grunde erweist sich auch im Fall der Auswüchse in der Medienunterhaltung die öffentliche Diskussion und Meinung als wirksamstes Regulativ der demokratischen Gesellschaft. Wenn im jetzt begonnenen Präsidenten-Wahlkampf 2000 alle Kandidaten für eine Rückkehr zur Moral eintreten, mag das zwar auch eine Reaktion auf die Beschädigung der politischen Moral durch die Clinton/Lewinsky-Affäre sein, doch wenn es in der breiten Öffentlichkeit nicht das große Verlangen nach einer Wertestruktur gäbe, griffen die Politiker dieses Thema nicht so stark auf.

Dabei setzen die Beteiligten auf Gespräche statt Zensur. Auch die Bischöfe haben Hollywood einen ständigen Dialog angeboten. Und ABC ließ verlauten, Dialog sei der beste Weg, um Gewalt- und Sex-Auswüchse abzubauen. Untersuchungen haben im Übrigen ergeben, dass Gewalt im US-Fernsehen im letzten Jahrzehnt bereits merklich abgenommen hat. Im Blick auf Jugendgefährdung stellt die Studie kommentarlos fest, dass CBS, das Netzwerk mit der meisten Gewalt, auch bei weitem das älteste Publikum hat.