



Mario Gmür:
Das Medienopfersyndrom.
 München 2007: Ernst
 Reinhardt. 157 Seiten,
 16,90 Euro

Medienwirkungsdiskussion einmal anders

Oft genießen Menschen es, im Rampenlicht zu stehen. Der Drang nach Öffentlichkeit füllt Talk- und Castingshows, hilft bei der Rekrutierung von Dschungelcamp- und Containerinsassen. Im Zeitalter allgemeiner Nivellierungen verwischen die Grenzen zwischen Privatheit und öffentlicher Sphäre. Der Medienöffentlichkeit kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, trägt sie doch maßgeblich zur Bestimmung des emotionalen und sozialen Seins und Bewusstseins bei. Viele sind bereit, für die Aufmerksamkeit der Medien einen hohen Preis zu zahlen, mitunter einen zu hohen: Angstzustände, Verlust des Selbstwertgefühls, Hilflosigkeit, Isolation – mit diesen Symptomen beschreibt der seit vielen Jahren praktizierende Schweizer Psychiater, Psychotherapeut und -analytiker Mario Gmür (geb. 1945) eine Krankheit, die er das „Medienopfersyndrom“ nennt und 2002 mit seinem Buch *Der öffentliche Mensch* in die medienkritische Diskussion einbrachte. Gmür hat sich auf die Behandlung von Menschen – „Politiker, Sportler, Straffällige, Künstler, Wissenschaftler und deren Angehörige [und] einfache Bürger und Bürgerinnen“ – spezialisiert, die „im Rampenlicht der Öffentlichkeit bloßgestellt [...], entwürdigt“ (S. 26) wurden und darüber krank geworden sind. Im Zuge seiner Arbeit hat er die Perspektive auf die Opfer um die auf die „Täter“ erweitert: die Öffentlichkeit, insbesondere die Medienöffentlichkeit. Gmür interessieren die psychischen Faktoren, die am Zeigen und am Zuschauen beteiligt sind, die Bedingungen, unter denen Exhibitionismus und Voyeurismus

entstehen und bestehen. Sein neues Buch *Das Medienopfersyndrom* richtet sich gegen den Teil der Medien und Medienschaffenden, die „in ihrem publizistischen Wirken eine Grenze in unstatthafter Weise überschritten haben, sei es moralisch oder gar strafrechtlich“ (S. 8). Gmürs Kritik an Journalisten, die für eine höhere Einschaltquote bereit sind, die Privatsphäre der Menschen zu verletzen, ist deutlich. Er widmet sich den Medienopfern und ihren Beschädigungen durch eine „aggressive, verletzende Publizistik“ (S. 26), die er anhand von Fallbeispielen beschreibt. Verschiedene Kategorien wie „Paparazziopfer“, „Outingopfer“, „Tribunalisierungsoffer“ oder „Verhöhnungsoffer“ werden definiert, zugehörige Symptome und Folgen angeführt sowie Ursachen und „Medienmotive“ erklärt. Gmürs Ausgangspunkt ist dabei immer der zu behandelnde Mensch, unabhängig vom Grad an Prominenz oder dem ausgelösten Medienecho. Seine Untersuchungen führen zur Beschreibung des spezifischen psychopathologischen Erscheinungsbildes, dem sogenannten Medienopfersyndrom (MOS), und dessen Behandlung. Gmür macht Präventivvorschläge, führt Abwehrstrategien für die einzelnen Medienopfertypen an. Während Gmürs Abhandlung in Gänze durchaus für ein breites Publikum interessant ist, richten sich seine Ausführungen zur Behandlung des MOS hauptsächlich an Psychologen und Therapeuten. Daneben stellt Gmür historische Medienskandale seit dem 19. Jahrhundert mit Opferzusammenhang vor und beschreibt die treibende Rolle der beteiligten Medien bei deren Inszenierung oder Aufklärung wie z. B.

die vermeintliche Sexaffäre des Botschafters der Schweiz in Berlin Thomas Borer mit der KaDeWe-Angestellten Djamilé Rowe 2002. Was genau geschehen war, scheint bis heute nicht geklärt. Borer selbst gilt als rehabilitiert, Entschädigungsgelder sind geflossen, Entschuldigungen wurden ausgesprochen, zuständige Redakteure mussten gehen. Interessant bleibt, dass in der Öffentlichkeit die Aufklärung zugunsten des Medienopfers nur noch bedingt wahrgenommen wird. Die Skandalisierung zeigt ihre Wirkung. Dies gilt auch für den Fall des NATO-Oberbefehlshabers General Günter Kießling: wegen Homosexualitätsvorwürfen zunächst prominentes Mobbing-Opfer des Verteidigungsministeriums, um dann durch die Zugkraft einer Medienkampagne rehabilitiert zu werden (1983/1984). Mögen Gmürs Beschreibungen und Analysen mitunter zu griffig formuliert und in ihrer Eindeutigkeit zu schnell zu einleuchtend sein, damit als Erkenntnis banal erscheinen, bleiben sie dennoch oft schlagend. Der Autor, der bei Fernsehsendungen schon mal ein Exemplar der „Bild“-Zeitung zerreißt und in den Abfalleimer schmeißt und dem es nicht um eine pauschale Verurteilung von Medien geht, scheut sich am Ende nicht, „Gebote für Medienschaffende“ zu formulieren. Angesichts der Offensichtlichkeit hinsichtlich ihrer Evidenz mag das naiv erscheinen, vor dem Hintergrund ihrer alltäglichen permanenten Verletzung wohl notwendiger denn je.

Matthias Struch