

Eva Jaeggi, Heidi Möller

Psychologen in den Medien: **Psychogebabbel im Trash-TV**

Bin ich schokoladenabhängig? Ist Sex in Windeln normal? Was verrät die Handtasche über die Persönlichkeit ihrer Besitzerin? Ob Sexualität, Sucht, Lifestyle oder der neueste „Trend“: die Medien setzen bei allen großen und weniger großen Problemen auf Expertise, Rat und Tat von Psychologen. Eva Jaeggi und Heidi Möller sehen viele Kollegen aber als Bauernfänger und Betrüger: Als Handlanger meist unseriöser Medienmacher diffamieren sie nur ihre Zunft

Psychologen sind öffentlich gefragt wie nie zuvor – viele Kollegen haben das in den letzten Jahren kennen gelernt: „Welche Bedeutung hat die Brust für die Frau?“, will etwa ein Fernsehredakteur telefonisch wissen, während eine Journalistin kurz danach für einen Magazinbeitrag zur Frage „Warum haben Frauen ein besonderes Verhältnis zu Schuhen?“ unser professionelles Urteil hören möchte. Weitere Nachfragen: „Warum missbrauchen seit neuestem auch Frauen ihre Kinder?“, oder: „Was sind das für Menschen, die gern die Pickel ihres Partners ausdrücken?“ – und so weiter.

Wie viele einschlägige Bestseller und hohe Sachbuchauflagen signalisieren, hat die Psychologie in den 90er Jahren die Soziologie als Wissenschaft abgelöst, wenn es um gesellschaftliche Entwicklungen und „Lebenshilfe“ geht. Entsprechend sind in den Medien keine abstrakten Theorien gefragt, sondern die ganz konkreten Irrungen und Wirrungen individueller Erfahrung: Ohne psychologischen

Rat sind viele TV-Beiträge und fast alle Wochenmagazine, Frauen- oder Fernsehzeitschriften nicht mehr denkbar.

Wir werden in den Medien als besondere Instanz stilisiert. Der Psychologe soll als Gewährsmann gegen die Kränkungen der modernen Zeit wirken: Ungewissheiten oder Irritationen sind unerwünscht. Können wir diesem Anspruch aber gerecht werden?

So sind mittlerweile auch Antworten auf berechtigt wirkende Fragen prekär geworden, da wir praktisch genötigt werden, die Botschaft zu verkünden: Das menschliche Erleben ist völlig erklärbar – es gibt keine offenen Fragen, alles ist prinzipiell lösbar, und zwar recht schnell. Psychologie via Television verkommt dabei aber zur Quacksalberei.

Immer wieder wird gefragt: Was mache ich, wenn der Partner mich verlässt? Wie oft sollte ein Paar miteinander schlafen? Wie häufig soll man als verheiratete Frau die beste Freundin sehen? Wie erhält man eine Ehe sexuell interessant? Wie soll





man mit der Untreue des Ehemannes umgehen? – Oder was man tun soll, wenn der Partner vor dem Geschlechtsverkehr Windeln benutzen will. Wer sich dem oft hysterischen Fragemodus unterwirft und schnelle Lösungen verspricht, anstatt die Problemreflexion zu vertiefen, geriert sich als Alles- und Besserwisser.

Bei der zunehmenden Medienkonkurrenz spielen jedenfalls Sensationsgier und das Schnüffeln in fremden Seelen – oder Betten – eine große Rolle: Wird die Ehe von Prinz Edward und Sophie von Dauer sein? Was muss die junge Braut anders machen als ihre verstorbene Schwägerin? Das geht eigentlich niemanden etwas an, sollte man meinen. Doch werden solche intimen Mutmaßungen von Psychologen erläutert, scheint dies jeden *trash* zu legitimieren.

Dabei muss man auf Seiten der Zuschauer oder Leser neben dem erhebenden Motiv „Ich bin es nicht“ eine Lust am Untergang oder „Bösen“ berücksichtigen. So wird die Unsicherheit gemindert, wenn man sich vorm Fernseher zurücklehnen kann: „So bin ich nun gerade nicht!“ In der trügerischen Gewissheit, dass man eben keiner von denen ist, die Kinder missbrauchen und Raubmorde begehen, wird das „Böse“, Abgründige oder Perverse aus dem eigenen Erleben ausgeschlossen.

Die schwierige Chiffre des Freudschen *Todestriebes* drängt sich auf: Wie gehen Herr und Frau Jedermann mit ihren geheimen Wünschen, Begierden oder gar Perversionen um? In der durch einschlägige Beiträge von Transsexuellen bis zu Unfällen wegen ungewöhnlicher Onanierpraktiken befriedigten Sensationsgier können sich offensichtlich eigene „dunkle“ Anteile ausdrücken. Das große öffentliche Interesse und die Empörung über Kinderpornografie oder Inzest lassen ahnen, wie viele kollektive Projektionen da frei werden.

Psychologen werden dabei besonders gerne bei allen Katastrophenszenarien zurate gezogen – offenkundig deswegen, weil die Autorität des professionellen „Seelenforschers“ irgendwelche Prognosen oder gar Vermutungen zu Tatsachen machen soll. Da will zum Beispiel der Rundfunk

wissen, worauf die Zunahme der Mädchenmorde in Europa zurückzuführen ist. Auf die Rückfrage, woher die Journalistin das denn wisse, beginnt sie zu stottern: „Aber – das weiß man eben.“ Die immer wieder behauptete Steigerung der Kriminalitätsrate soll jedenfalls fachlich bestätigt werden. Wagen wir differenzierte Stellungnahmen, blockieren die meisten Journalisten: Die wenigsten Medienmacher wollen es „genau“ wissen. Entweder weil sie selbst nicht mehr zuhören können – oder aber meinen, ihr auf schnelle Fakten und leichtes *edu-* oder *infotainment* getrimmtes Publikum wäre mit einigen Sätzen mehr schon geistig überfordert.

Eine unter Journalisten beliebte Frageform ist die nach dem „Trend“ – von denen dauernd neue verkündet werden: der Trend zur Familie, zur Keuschheit und zum Singleleben ebenso wie der Trend zur Sparsamkeit oder – wahlweise – zur Verschwendung. Selbst wenn irgendeine Umfrage einen Einstellungswandel signalisiert, darf man dies noch nicht als Trend verstehen – und als Psychologe nicht „analysieren“ wollen. Da es in einer komplexen Gesellschaft immer irgendwelche Entwicklungen gibt, lassen sich zu jedem Trend sofort Gegenbewegungen finden – im Übrigen völlig unabhängig von nie auszuschließenden methodischen Problemen der Untersuchungen.

Es ist nicht schwierig, zu praktisch allen „Trend“-Meldungen irgendeine pseudowissenschaftliche Alltagsmeinung zu formulieren: So könnte der Trend zum Singleleben mit einer zunehmenden Individualisierung eines narzisstischen Zeitalters „erklärt“ werden. Ein Trend, zu dem allerdings der gleichzeitige Trend zum Familienleben irgendwie querliegt – ganz ähnlich wie die zunehmende Keuschheit zur sexuellen Liberalisierung oder die steigende Sparsamkeit zur Konsumgesellschaft. Viele „Trends“

sind überhaupt keine, sondern entstehen – zum Beispiel – in der Kantine einer Redaktion, wo sich gerade drei junge Journalistinnen geschworen haben, dass sie nie heiraten wollen, oder wenn ein Magazin einen spektakulären Aufmacher sucht.

Wirklich interessant ist fast immer nur der „Trend zum Trend“. Als Psychologen sollten wir dabei auf eine höhere Ebene gehen: Was steckt dahinter? Wieso brauchen wir solche Trendmeldungen? Solche Fragen sind aber nicht auf Stammtischniveau zu beantworten, sondern verlangen gründlicheres Nachdenken.

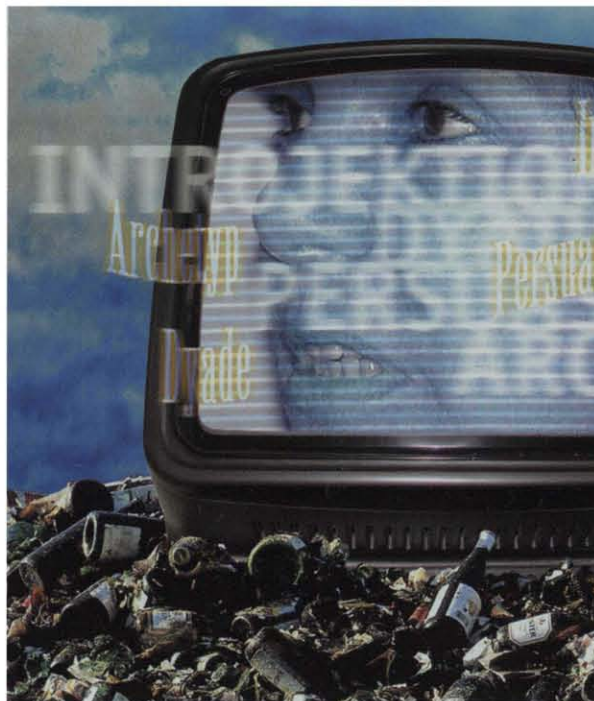
Die Unterscheidung zwischen sinnvollen, beantwortbaren und unbeantwortbaren Fragen ist mitunter schwierig – sinnvoll scheinen auf den ersten Blick beispielsweise diejenigen nach den Folgen eines traumatischen Erlebnisses, den Ursachen plötzlich aufflammender Fremdenfeindlichkeit, den Hintergründen depressiver oder phobischer Zustände oder dem Wie oder Warum bei der Wirksamkeit verschiedener Psychotherapien. Andere Fragen wie etwa die zum Freitag dem Dreizehnten scheinen zwar banal, können aber durchaus beantwortet werden. Dazu

muss man jedoch immer den verengten Horizont erweitern – und im Beispiel etwa die psychologische Funktion des Aberglaubens erläutern.

Auf keinen Fall sollten wir uns einlassen auf die berühmte Frage: „Und was kann man dagegen tun?“ Und ganz sicher sind wir nicht befugt, irgendwelche Deutungen für öffentliche Personen zu liefern: „Ist Clinton sexsüchtig, braucht er Psychotherapie?“, oder: „Hat Susanne Stahnke einen Minderwertigkeitskomplex?“ Die öffentliche Interpretation individueller Lebens- und Leidenszustände eines Menschen ist unprofessionell und unmoralisch, weil sie immer die Intimsphäre des Betroffenen verletzt.

Auch wenn vieles gegen ein Engagement der Psychologen in den Medien spricht, dürfen wir unseren eigentlichen

Die wichtigste Medienregel: keine Kurzinterviews!



wissenschaftlichen Auftrag nicht vergessen: Aufklärung zu betreiben – wir müssen uns um gesellschaftliche Probleme kümmern, weil sie immer individuell erlebt werden. Und natürlich gibt es seriöse Journalisten und Beiträge, die man allerdings bewusst auswählen sollte: So können selbstverständlich alle nicht „sensationsgeilen“ oder voyeuristischen Fragen über echte Leidenszustände oder empirisch bestätigte Entwicklungen von Lebensverhältnissen von Psychologen (mit)erklärt werden.

Tatsache ist, dass wir mit unseren Publikationen nur eine

kleine Fachöffentlichkeit erreichen, im Fernsehen dagegen von Millionen gesehen und in Radio, Magazinen oder Zeitschriften von vielen (hundert)tausend Menschen gehört oder gelesen werden. Psychologen sollten auch schon deswegen öffentlich Stellung beziehen, weil der laienhafte „Psychodiskurs“ längst viele private Auseinandersetzungen bestimmt – und vernebelt. Was soll es nützen, jemandem zu erklären, dass er einen „Ödipuskomplex“ hat? Oder dass er nur seine eigenen Probleme auf andere „projiziert“? Wir müssten Laien verständlich machen, warum man solche Konzepte nicht munter drauflosverwenden kann.

Das gilt ähnlich für die unterschiedliche Begriffsbedeutung der Fach- und Alltagssprache: Da wir etwa auch von „Depression“ oder „Angst“ sprechen, meinen viele Laien, man könne alles leicht erklären – obwohl wir meist von einem völlig anderen und komplexeren Bedeutungshorizont ausgehen. Dies zu erklären, erfordert aber Zeit. Lässt man sich auch bei sinnvollen Fragen auf Schnellantworten ein, werden sie meist missverständlich ausfallen.

Als wichtigste Faustregel gilt deswegen: Möglichst keine *Kurzinterviews* geben! Antworten auch auf sinnvolle Fragen sind dort notwendigerweise verkürzt – und daher unverständlich oder einfach falsch. Die meisten wirklich wichtigen Fragen kann niemand in ein paar betont kurzen Sätzen beantworten – ein solches Ansinnen ist im Grunde genommen eine Beleidigung unseres Berufsstandes. Therapeuten wissen, wie schwierig es ist, wirkliche Lebensprobleme zu bewältigen. Vor allem ist ihnen aber bewusst, dass Lösungen nie allgemein gelten, sondern immer nur für die komplexe Lebenssituation des Individuums.

Es diffamiert uns als Psychotherapeuten und die gesamte Psychologie, wenn man so tut, als gäbe es den „Top-tipp“ oder den archimedischen Punkt, aus dem sämtliche Lebensprobleme gelöst werden könnten. Rasche Rat-

schläge geben zu wollen ist letztlich nur Betrug und Bauernfängerei: Sie vermitteln nur eine wichtigtuerische Kompetenz und wiegen in trügerischer Sicherheit. Die Menschen mit billigem Trost abzuspeisen nützt aber niemandem – außer schlechten Journalisten.

Was aber, so wird man fragen, taugt eure Wissenschaft, wenn ihr keinen Rat geben könnt? Darauf kann man wohl nur antworten, dass Psychotherapeuten in ihrem beruflichen Alltag erwiegenermaßen sehr erfolgreich wirken – und unsere Profession allerdings nur an Wert verlieren kann, wenn sich Psychologen in der Öffentlichkeit als allwissende Ratgeber aufspielen. Auf Dauer würde die Psychologie wohl auch öffentlich mehr gelten, wenn viele Psychologen zurückhaltender wären – und konsequent bewusst machten, dass vor dem Handeln die Reflexion kommen müsse. Nicht ohne Grund ist das Bild der Psychologen in der Öffentlichkeit recht ambivalent.

In einer Studie an der TU Berlin untersuchten wir die soziale Repräsentation des Psychologen: Wir wollten genauer wissen, welches Bild Psychologen in der Öffentlichkeit haben. In vielen Interviews mit Vertretern der so genannten Normalbevölkerung bestätigte sich dabei das bekannt berüchtigte Ressentiment, wonach wir Psychologen alle „einen Therapeuten nötig“ hätten oder uns durch unsere Tätigkeit selbst heilen wollten. Allerdings wird eingeräumt, dass die Beratung durch Klinische Psychologen sinnvoll sei: So kannte jeder Interviewte eine Person, die der Hilfe eines Kollegen dringend bedürfte. Dies beschränkt sich auf die anderen – für sich selbst beurteilten die meisten psychologische Unterstützung als nicht effektiv.

Erstaunt waren wir aber über die Tatsache, dass die meisten Menschen – ohne danach gefragt worden zu sein – Psychologen eine besondere Fähigkeit bei Gewalt- oder Sexualtätern und der „Bannung des Bösen“ zuschrieben: Da wir eindeutig zwischen „normal“ und

„krank“ unterscheiden könnten, sollte unser „Röntgenblick“ auch verstärkt vorbeugend genutzt werden, um die „Spreu vom Weizen“ zu trennen – und sie zu behandeln. Trotz der schlechten Presse über einige Fehldiagnosen forensisch tätiger Psychiater und Psychologen bei vorzeitig entlassenen Straftätern scheint es also ein Bedürfnis zu sein, „das Böse“ uns Psychologen anzuvertrauen.

Ansonsten wurde aber über unsere Tätigkeit eher abwertend geurteilt: Die verstärkte Medienpräsenz der letzten Monate und Jahre nach dem Motto *Der Psychologe meint und rät* hat jedenfalls das Bild nicht verbessern können.

Obwohl niemand von uns für den Boulevardjournalismus missbraucht werden möchte, verleihen wir im Großen und Ganzen auch den niveaulosesten TV-, Radio- oder Printbeiträgen eine gewisse Seriosität. Bei vielen Kollegen, die immer wieder vor die Kamera treten, „greift“ die narzisstische Verführung oder die Verlockung des Geldes – sie sollten sich aber bewusst machen, dass sie letztlich nur die gefährliche Illusion psychologischer Gewissheiten bedienen.

Vielleicht glauben einige Psychologen wirklich, mittels zweifelhafter Medienauftritte ihr neuestes Buch besser zu verkaufen oder ihre Praxis zu füllen. Hier sollte jeder Kollege und jede Kollegin mit sich zurate gehen. Die ständige Präsenz von Psychologen in fragwürdigen Sendungen oder Beiträgen zu fragwürdigen Themen ohne wirklich emanzipatorische oder gesellschaftskritische Relevanz gereicht unserer Profession jedenfalls nicht zur Ehre.

Eva Jaeggi ist Psychoanalytikerin und Verhaltenstherapeutin. Als Professorin für Klinische Psychologie lehrte sie an der Technischen Universität Berlin.

Heidi Möller, habilitierte Psychologin, arbeitet als Hochschulassistentin an der TU Berlin und ist als Lehrtherapeutin und Lehrsupervisorin in freier Praxis tätig.