

Begründungen und Argumentationen der Medienethik – ein Überblick

Die präzise Analyse der ethischen Konflikte und Herausforderungen der Mediengesellschaft ist notwendiger denn je. Mit zunehmender Komplexität des Mediensystems vermehren sich nicht nur die möglichen Probleme, sie werden auch komplizierter. Dies liegt daran, dass journalistisches Handeln in der Regel in *Systemzusammenhängen* stattfindet, also weder als Einzelhandlung definierbar ist, noch von Einzelsubjekten durchgeführt wird. So verschmelzen Einzelhandlungen der Medienschaffenden zu oft unüberschaubaren Handlungsketten, die noch dazu unter Bedingungen von Arbeitsteilung und -delegation von vielen verschiedenen miteinander kooperierenden Subjekten durchgeführt werden. Typischerweise kommt es dabei zu einem *Auseinandertreten* von Entscheidungs-, Handlungs- und Verantwortungssubjekten. Schon im normalen Arbeitsablauf einer Redaktion zeigt sich dieses Auseinandertreten in der Differenz zwischen entscheidungstragender Redaktionskonferenz, handlungsausführenden Journalisten (die ihrerseits oft noch Recherchetätigkeiten delegieren) und verantwortlichem Redakteur.

Medienethik sieht sich deshalb mit einer Situation konfrontiert, in der es um mehr als die Ausbildung eines journalistischen Gewissens oder die Einübung von ethischen Kodizes geht. Dies gilt umso mehr, wenn man unter Medienethik neben der journalistischen Berufsethik auch das wirtschaftliche Handeln von Medienunternehmen, die Aufgabe der kritischen Öffentlichkeit und einer demokratischen Medienordnung sowie die Mitverantwortung des Publikums unter ethischer Perspektive reflektiert. Als *angewandte Ethik* steht die Medienethik zudem vor dem Problem, wie ihre Maximen und Wertorientierungen wirksam in die professionelle Praxis implementiert werden können. Sie hat zwar über Medienräte, Kodizes und organisationelle Strukturen unverkennbaren, wenn auch oft nur schwachen Einfluss auf die Wirklichkeit. Ihre Leistungen werden jedoch immer wieder in Frage gestellt, die Medienethik

erscheint vielen als unnötig oder als bloße nachgereichte Legitimation. Die Wirksamkeit der Medienethik hängt entscheidend davon ab, wie gut es gelingt, ethische Strukturen im Mediensystem und moralische Orientierungen in den Individuen zu verankern. Eine medienethisch ausgerichtete Ausbildung ist dabei ebenso wichtig wie die ethische Durchdringung der Medienpraxis durch die Einbindung von medienethischen Werten und Grundsätzen in das organisationelle Handeln. Hinzutreten muss ein medienethisch sensibilisierter öffentlicher Diskurs, der kritisch auf Vorgänge und Entwicklungen im Mediensystem reagiert.

Freilich ist die Frage nach der *Wirkung* von Medienethik ebenso schwierig wie die Frage nach der Medienwirkung, da es sich hier wie dort um ein Wechselspiel von komplexen, nichtlinearen sozialen und psychischen Prozessen handelt. Wer also von Wirkungen redet, meint meist die beobachtbaren Resultate eines nur schwer rekonstruierbaren Geflechtes von Handlungen und Motivationen, Funktionen und Strukturen, sowie von Zuschreibungs- und Deutungsprozessen, die dieses Geflecht auf eine bestimmte Weise interpretieren. Dies ist jedoch kein Nachteil: Medienethik kann und soll gar keine direkte kausale Wirkung haben. Ethik »auf Knopfdruck« wäre ein Widerspruch in sich, sie soll vielmehr (systemtheoretisch gesprochen) irritieren und orientieren:

- *irritieren*, indem sie gegenüber bestehenden Sichten und Annahmen eine neue, nämlich ethische Reflexionsperspektive einführt und so die Kontingenzen einer Handlungs- und Entscheidungssituation bewusst und der moralischen Reflexion zugänglich macht;
- *orientieren*, indem sie in problematischen Handlungs- und Entscheidungssituationen normative Standards und moralische Motivationspotenziale an Hand gibt.

In der irritierenden Rolle hat die Medienethik die Aufgabe der überzeugenden Begründung basaler medienethischer Werte und Normen und darauf aufbauend der Entwicklung einer ethisch begründeten Medienkritik. In diesem Sinne kann hier von einer *Reflexionsfunktion* der Medienethik gesprochen werden. In der orientierenden Rolle kann die Medienethik über die individuelle Verinnerlichung bzw. organisationelle und gesellschaftliche Institutionalisierung medienethischer Leitwerte und Grundnormen eine handlungsorientierende *Steuerungsfunktion* übernehmen.

Allerdings kann Medienethik nur dann wirksam werden, wenn sie Steuerungs- und Reflexionsfunktion verbindet: Einer Steuerung ohne Reflexion fehlt der normativ-kritische Maßstab, anhand dessen individuelle und institutionelle Normen und Werte zu beurteilen sind. Eine auf bloße Problemdiagnose und Reflexion beschränkte Medienethik da-

gegen begnügt sich mit theoretischen oder kritizistischen Übungen, ohne sich um Fragen der Anwendung und der Durchsetzung von ethischen Normen und Werten zu kümmern.¹

1. Medienethik zwischen Begründung und Anwendung

Die Begründung der Medienethik ist also keineswegs ein bloß theoretisch-philosophisches Problem des Elfenbeinturms, sondern eine Frage der klugen Verbindung von theoretischer Begründung und praktischer Argumentation, eine Frage des Verhältnisses von Theorie und Praxis. Konkrete medienethische Begründungen, mit denen in den öffentlichen Diskurs um moralische Konflikte im Mediensystem eingegriffen wird, sind umso überzeugender, je besser die Medienethik begründet ist. Philosophisch gesehen zeichnen sich »gute« Begründungen dadurch aus, dass sie konsistent sind und einen gleichermaßen hohen Grad an Allgemeinheit und Anwendbarkeit aufweisen.² Konkrete Handlungsimperative müssen sich als Konkretionen von ethischen Prinzipien und Maximen und/oder von Grundnormen des Sachbereichs Medienkommunikation aufweisen lassen. Aus dieser Perspektive haben verschiedene Formen der Verbindung von ethischer Begründung und praktischer Anwendung unterschiedliche Stärken und Schwächen, die in einzelnen Beiträgen dieses Bandes genauer diskutiert werden und hier kurz skizziert werden sollen:

- Durch den Rekurs auf das *praktizierte Ethos der Medienschaffenden* können allgemeine Qualitäts- und Verhaltensmaximen formuliert werden, die als Grundlage einer empirischen Medienethik dienen können. Die Grundnormen des Pressekodex (wie auch vieler anderer Medienkodizes) bilden solch ein Ethos ab. Problematisch ist hier jedoch, dass diese Form der Begründung ebenso unsystematisch wie willkürlich ist.³ Die Orientierung an bloß faktischer Geltung von berufsspezifischen Werten und Normen macht es darüber hinaus

¹ Vgl. ausführlich hierzu: Debatin (1997).

² Andere Kriterien, wie Knappheit, Einfachheit, Verständlichkeit oder Eleganz der Begründung, spielen ebenfalls eine wichtige Rolle, sind aber eher auf der rhetorischen Ebene angesiedelt.

³ Berufstypische Idiosynkrasien können damit ebenso Eingang finden wie rein strategische Maximen der Imageverbesserung. Letzteres muss nicht unbedingt problematisch sein, kann jedoch zu erheblichen Schwierigkeiten führen, wenn etwa das Ansehen einer Beruforganisation in Konflikt mit anderen ethischen Werten und Maximen tritt. Individuen müssen dann die riskante Strategie des „moralischen Heldentums“ verfolgen, wenn sie ethisch handeln wollen (vgl. Alpern 1993).

rufsspezifischen Werten und Normen macht es darüber hinaus schwierig (wenn nicht unmöglich), übergreifende, allgemeinverbindliche ethische Maßstäbe formulieren. Ethikkodizes nehmen deshalb meist die Form von quasilegalistischen, deontologischen und/oder konsequenzialistischen Kasuistiken an. Der Vorteil der Anwendungsnähe wird bei dieser Begründungsstrategie mit einem Mangel an Konsistenz und Allgemeinheit bezahlt.

- Die Bezugnahme auf *allgemein verbreitete Werte* in der Gesellschaft sieht sich mit ähnlichen Problemen konfrontiert. Wertethiken haben zwar den Vorteil, dass sie materiale (und nicht nur formale) Handlungsmaximen generieren können, sie müssen sich aber auf historisch kontingente Werthierarchien und -präferenzen abstützen. Geschichtlich gewachsene Werte (etwa der christlich-abendländischen Wertegemeinschaft) setzen sich dem Vorwurf des Ethnozentrismus aus, sobald sie mit Allgemeinheitsanspruch auftreten.⁴ Allgemeine Verbindlichkeit können Werte und Normen, wie etwa journalistische Wahrheitsliebe, nur innerhalb eines bereits akzeptierten Wertekanons erreichen, was in pluralistischen, komplexen und globalisierten Gesellschaften bekanntlich zu schwer lösbaren Wertekonflikten führt.⁵
- Nicht viel anders steht es mit der Auszeichnung *empirischer Prinzipien* wie dies z.B. im Utilitarismus geschieht. Auch hier wird ein letztlich kontingentes Prinzip zum allgemeinen Maß erhoben, ohne dass klar ist, warum ausgerechnet dieses Prinzip, etwa das größte Glück möglichst vieler, zur Grundnorm werden soll. Hinzu kommt das Problem, dass die Ermittlung des größten Glück erhebliche empirische und systematische Schwierigkeiten aufwirft, zumal wenn es nicht um rein individuelles Handeln, sondern wie im Medienbereich um systemisches Handeln geht. Der Allgemeinheitsanspruch wird hier durch die Zufälligkeit der Grundnorm und die Probleme mit der Anwendbarkeit unterlaufen.
- *Formale Ethiken* können zwar das Universalisierungs- und Konsistenzproblem lösen, und bieten damit ausgezeichnete Begründungen, sind aber in ihrer Reinform leer und anwendungsfern.⁶ Formale Verfahren der Lösung von moralischen Konflikten müssen immer erst selbst als Wert anerkannt und implementiert werden. So bietet etwa

⁴ Das Dilemma der Debatte um Menschenrechte zwischen Orient und Okzident ist ein instruktives Beispiel für diese Problematik.

⁵ So schon konstatiert von Max Weber (vgl. Weber 1992).

⁶ Dieses Problem hat bereits Kant dazu bewogen, in seiner zweiten Formulierung des kategorischen Imperativs mit der Bezugnahme auf den Wert der Menschheit als Ganzes eine gehaltvolle Universalnorm einzuführen (vgl. Kant 1983: 61).

die Diskursethik mit ihrem Ansatz an den formalpragmatischen Bedingungen der Kommunikation zwar gute Anknüpfungspunkte für eine Medienethik, allerdings steht auch sie vor dem Problem, sich entweder auf rein prozedurale Prinzipien beschränken zu müssen, oder auf wertethische Brückenprinzipien zurückzugreifen. Solche Brückenprinzipien zur Anreicherung der formalen Ethik mit sittlichen Inhalten gefährden jedoch die Konsistenz der Begründung und den formalen Charakter der Ethik.

- *Analytisch-handlungstheoretische Ethiken* untersuchen den pragmatischen Handlungszusammenhang, sowie dessen Strukturen und Funktionen. Ausgangspunkt der medienethischen Begründung ist hier die Analyse des Medienhandelns und der Entscheidungssituationen, um von da aus zu einer Ethik der Produktions- und der Handlungsverantwortung zu kommen. Eine funktionierende Balance zwischen Verantwortungszuschreibung und Verantwortungsübernahme setzt freilich bereits moralische Institutionen und Individuen voraus. Die analytische Stärke des Ansatzes wird mit einer voraussetzungsreichen Anwendungsebene erkaufte.
- *Gesellschaftstheoretische Ethiken*, wie etwa die der klassischen Kritischen Theorie oder der Systemtheorie leiten die ethische Begründung aus einer allgemeinen Gesellschaftstheorie ab. Ethik ist dabei oftmals nicht viel mehr als ein aus übergeordneten Kategorien abgeleitetes Analyse- und Diagnoseinstrument. Eine solche Medienethik wird sich auf die Reflexionsfunktion beschränken und keine Antworten auf die Orientierungsproblematik haben.

Insgesamt sieht sich die Medienethik mit denselben Problemen konfrontiert wie die allgemeine Ethik, die spezifischen Bedingungen des Medienhandelns und der Mediatisierung von Kommunikation stellen jedoch zusätzliche Probleme. Patentlösungen sind hier kaum zu haben, und nur hartgesottene Moraldogmatiker werden sich auf einen einzigen Ansatz festlegen wollen. Eine überzeugende Medienethik muss vielmehr aus der systematischen Kombination von ethischen Ansätzen gewonnen werden: Elemente von deontologischen und konsequentialistischen Ethiken sind hier ebenso zu verknüpfen, wie kasuistisch-okkasionelle Ansätze mit systematisierenden und regelorientierten Theorien. Qualität und Reichweite solcher Kombinationen müssen dann nicht nur an ihrer Konsistenz, sondern auch am konkreten Gegenstand, der empirischen Medienpraxis und den Konflikten des Medienhandelns, gemessen werden. Auch dies ist Teil der von der Medienethik zu erbringenden Begründungs- und Argumentationsleistungen.

2. Ansätze zu einer systematischen Medienethik

Die gegenwärtige medienethische Diskussion konzentriert sich allerdings vorwiegend auf praktische Fragen der Umsetzung, auf die Analyse von Fallstudien und auf empirische Einzelfragen. Theoretisch-systematische Zugriffe auf die Medienethik sind ebenso selten zu finden, wie die Verbindung von theoretischer Begründung und praktischer Umsetzung. Die Texte in diesem Band sollen einen Beitrag dazu leisten, diese Lücke zu schließen. Die einzelnen Artikel kombinieren theoretische und systematische Zugriffe auf die Medienethik mit konkreten Anwendungen und Fallstudien.

Sie sind in drei Teile geordnet: Einen *Grundlagenteil*, der sich mit medienethischen Begründungsfragen beschäftigt; einen Teil, der das Potenzial und die Reichweite verschiedener *Einzelansätze* diskutiert; und einen *Anwendungsteil*, der konkrete Problemfelder und Applikationen der Medienethik untersucht.

2.1 Grundlagen der medienethischen Begründung

In seinem Eröffnungsbeitrag »Der systematische Ort der Medienethik – eine sprachphilosophische Perspektive« begründet *Hans Julius Schneider* eine sprachphilosophisch ansetzende Medienethik, die von den spezifischen Bedingungen des Medienhandelns als einer Erzeugung von medialen Produkten ausgeht. Diese Ethik der sprachlichen Produktion geht von der pragmatischen Unterscheidung zwischen dem Schädlichen und dem Förderlichen aus. Gegen den ubiquitären »Medienmüll« und die Oberflächlichkeit des bloß Dahingesagten stellt Schneider die Verantwortung der Medien für das Selbst- und Weltverständnis der Rezipienten. Dies ist jedoch, wie der Autor abschließend zeigt, kein endgültig lösbares, sondern nur ein immer wieder zu bearbeitendes Problem.

Eike Bohlken diskutiert in seinem Beitrag »Medienethik als Verantwortungsethik – zwischen Macherverantwortung und Nutzerkompetenz« die Möglichkeit der Kombination von pflicht- und verantwortungsethischen Begründungen der Medienethik. Ausgehend von einer präzisen Bestimmung des Gegenstandes der Medienethik stehen im Zentrum seiner Argumentation die besondere Rollenverantwortung der Medienmacher und der Grundsatz der informationellen Autonomie. Ähnlich wie Schneider zeigt Bohlken, dass die Medienmacher eine spezifische Sorgsamkeitspflicht und eine prospektive Berufsverantwortung

tragen. Dies ist, wie der Autor abschließend demonstriert, auch für das neue Medium Internet gültig, da dieses trotz seiner prinzipiellen Interaktivität und dezentralen Struktur in weiten Teilen durch unidirektionale Selektionen der konventionellen Massenmedien bestimmt ist.

Eine ganz andere, nämlich grundsätzlich skeptische Position gegen das Unternehmen einer Begründung der Medienethik formuliert *Rainer Leschke* in seinem Text »Vom Nutzen und Nachteil der Medienethik. Plädoyer für die metaethische Analyse«. Der Autor entwickelt in seiner metaethischen Betrachtung die Argumentation, dass die Medienethik keine allgemeinen, konsensuell gefestigten Begründungskriterien generieren kann, überdies sich auf deviantes Medienhandeln beschränkt und damit die Kritik der Normalität aus den Augen verliert. Ausgehend davon vertritt der Autor die Position, dass Medienethik aufgrund ihrer strukturellen normativen Unbestimmtheit, statt Regelungs- und Steuerungsinteressen zu verfolgen, sich lieber auf rein analytische Leistungen beschränken möge. Eine allgemeine und normative Begründung der Medienethik scheint aus dieser kritizistischen Perspektive aussichtslos.

Legt man, wie oben ausgeführt, das Konzept der Einheit von Reflexions- und Orientierungsfunktion der Medienethik zugrunde, dann muss auch die kritizistische Position sich der Kritik stellen. Eine solche Kritik des medienethischen Skeptizismus präsentiert *Anika Pohla* in ihrem Artikel »Eine verbindliche normative Medienethik – ein unmögliches Unterfangen?«. Die Autorin analysiert detailliert vier gängige Einwände gegen die Entwicklung einer allgemeingültigen normativen Medienethik: Zweifel an der Normierbarkeit der Praxis, an der Umsetzbarkeit von Medienethik, an der Zuschreibbarkeit von Verantwortung, und am Allgemeingültigkeitsanspruch von Medienethiken. Mit ihrer präzise entfalteten Entkräftung dieser Einwände verfolgt Pohla die Strategie einer Begründung *ex negativo*, die zwar keine eigene Begründungsstrategie für die Medienethik entwirft, wohl aber die Grundlagen für eine allgemeinverbindliche Begründung legt.

Die Frage, ob die Medienethik nur analytisch-kritisch verfahren oder darüber hinaus auch begründen und orientieren soll, wird sicher auch weiterhin umstritten sein. Entscheidet man sich aber (aufgrund der vorgeführten Einwandsentkräftungen) für den Versuch einer Begründung der Medienethik, so muss man, wie die ersten beiden Beiträge zeigen, von der Analyse des Medienbereiches und seiner spezifischen Bedingungen ausgehen und darf nicht meinen, Handlungsregeln einfach aus allgemeinemaximale Maximen ableiten zu können. Zentrale Kategorie ist dabei der Begriff des *Medienhandelns* und die damit verbundenen medien-spezifischen Pflichten und Verantwortungen. Diese werden, ebenso wie

die Frage nach der Brauchbarkeit, Reichweite und Anwendbarkeit einzelner ethischer Ansätze für die Medienethik, im zweiten und dritten Teil dieses Buches genauer betrachtet.

2.2 Einzelansätze der Medienethik

Die Auseinandersetzung mit ethischen Einzelansätzen wird eröffnet mit dem Text »Niklas Luhmann ernst nehmen? (Un-)Möglichkeiten einer ironischen Ethik öffentlicher Kommunikation« von *Alexander Filipović*. Im Anschluss an eine Auseinandersetzung mit der Theorie Luhmanns diskutiert er die Möglichkeit einer systemtheoretischen Medienethik, deren zentrales Anliegen in der Identifikation und Reflexion, nicht der Lösung von Problemen liegt. Anstelle von vorschneller Moralisierung und kämpferischem Enthusiasmus empfiehlt Filipović ein ironisches Kontingenzenverständnis. Um seinen medienethischen Ansatz aber nicht bei der reinen Diagnose zu belassen, sondern auch Orientierung zu geben, ergänzt er seine Ethik durch einen nichttrivialen Pathosbegriff, der es ermöglichen soll, spezifische Werte (etwa der christlichen Soziallehre) in die medienethische Diskussion einzubringen; ein – wie der Autor zugibt – paradoxes und gleichwohl ernsthaft angelegtes Unternehmen.

In seinem Beitrag »Medienethik und politische Ethik – der Versuch einer Grundlegung« diskutiert *Karsten Weber* die Bedingungen einer demokratietheoretischen Medienethik. Ausgehend von der Unterscheidung zwischen Medienethik als Individualethik, als Berufsethik und als politischer Ethik rekonstruiert der Autor libertäre, liberale und kommunitaristische Positionen zum »Grundgut Information« und die damit verbundenen spezifischen Verteilungs-, Versorgungs- und Gerechtigkeitsfragen. Weber hebt hervor, dass informationelle Grundversorgung nach wie vor Pflicht demokratisch verfasster Gesellschaften ist. Abschließend postuliert er – ähnlich wie Bohlken – dass die Medienethik vor der Aufgabe steht, das Verhältnis zwischen Individuum und Gesellschaft unter den Bedingungen des Internet neu zu abzustecken.

Eine demokratietheoretische Fassung der Medienethik entwirft auch *Andreas Hütig*, der in seinem Artikel »Konventionen und Deliberationen – die Diskursethik und die massenmediale Öffentlichkeit« kritisch an die Habermas'sche Diskursethik anknüpft. Der Autor zeigt, dass die Diskursethik nicht umstandslos für medienethische Fragestellungen in Anspruch genommen werden kann, auch wenn die öffentlichkeitskonstituierende Rolle der Medien unbestreitbar ist. Hütigs performative Inter-

pretation der Diskursethik setzt an der Anerkennung des Anderen als Angelpunkt der Medienethik an, von dem aus die beiden Grundforderungen der Medienkompetenz und der kritisch-informativen Öffentlichkeit begründet werden. Damit wird einerseits den spezifischen Bedingungen mediatisierter Kommunikation und andererseits den normativen Notwendigkeiten einer deliberativen und inklusiven Öffentlichkeit Rechnung getragen. Wie Weber zeigt auch Hütig damit überzeugend auf, dass Medienethik sich nicht so sehr mit den Auswüchsen der Skandalpresse und des Unterhaltungsfernsehens zu beschäftigen hat, als mit den diskursiven und massenmedialen Voraussetzungen funktionierender Demokratie überhaupt.

Ebenfalls aus diskursethischer Perspektive untersucht *Tanjev Schultz* unter dem Titel »Authentizität im Zeitalter ihrer medialen Inszenierbarkeit – Überlegungen zur Ambivalenz des Ansatzes von Jürgen Habermas« das Wechselspiel von medialer Inszenierung und Authentizität: Mediale Selbstdarstellungen folgen der Inszenierungslogik des Kultes der Authentizität. Eine diskursethische Kritik dieser Mediatisierung und Kapitalisierung von Identitäten muss aber, so der Autor, zunächst die Annahmen der Diskursethik hinterfragen, um paternalistische Interpretationen des Inszenierungsgeschehens und unproduktive Moralisierungen zu vermeiden. Gleichwohl ist eine medienethische Grenze zu ziehen entlang der Frage nach der Verletzung der Würde von medial präsentierten Personen. Damit stellen sich Fragen der Fairness, der Freiwilligkeit und der Zumutbarkeit von medialen Inszenierungen im Dienste der Authentizität.

Die Idee der Würde als medienethischer Grundbegriff wird schließlich auch in *Friederike Herrmanns* Artikel »Ein neuer Begriff des Privaten: Scham als medienethische Kategorie« stark gemacht. Die Unterscheidung privat/öffentlich wird als medienethisch unergiebig abgewiesen, da sie die Präsenz des Privaten in der Öffentlichkeit weder zu erklären noch normativ zu regeln vermag. An die Stelle des Begriffs der Privatheit, der mit historisch kontingenten Inhalten aufgeladen ist, setzt die Autorin den Begriff der Scham, da dieser besser geeignet ist, Grenzen der medialen Darstellung zu markieren. Anhand von konkreten Beispielen zeigt Herrmann dann, wie Scham als ethische Kategorie zur Analyse, Begründung oder Kritik der medialen Vermischung von Öffentlichem und Privatem verwendet werden kann. Journalistisches Handeln, so die resümierende Maxime der Autorin, soll sich dementsprechend an der Reflexion und Berücksichtigung der Schamgrenzen von Subjekten der medialen Berichterstattung und Darstellung orientieren.

Während die Beiträge zu den *Einzelansätzen* ihre medienethischen Begründungen und Ansätze aus vielen verschiedenen moralphilosophischen Quellen beziehen, treten hier doch drei zentrale und aktuelle Probleme hervor, auf die die Beiträge konkrete Antworten bereit halten: die Frage nach der Möglichkeit einer normativen Medienethik unter den Kontingenzbedingungen komplexer moderner Gesellschaften, die Frage nach dem Verhältnis von Medien, Öffentlichkeit und Demokratie, und die Frage nach dem Schutz der Würde des Individuums und der Grenzen medialer Darstellung.

2.3 Anwendungen und Problemfelder der Medienethik

Ethische Grenzen journalistischen Handelns bestimmt *Barbara Thomaß* in ihrem Artikel »Fünf ethische Prinzipien journalistischer Praxis«, in dem ein Konzept zur medienethischen Ausbildung und Sensibilisierung von Journalisten vorgestellt wird. Statt eines zu befolgenden Ethikkodex werden lediglich fünf allgemeine Prinzipien eingeführt, die zum einen der Kategorisierung von Fallstudien dienen und zum anderen in der konkreten Entscheidung ordnend und orientierend wirken. Die fünf Prinzipien gehen von den fünf Typen von Beziehungen aus, die der Journalist bei seiner Arbeit eingeht. In diesen fünf Beziehungen entstehen spezifische Normen- und Interessenskonflikte und daraus abgeleitete journalistische Gebote: Persönlichkeitsschutz, Quellenschutz, Vermeidung von Interessenkonflikten, Sorgfalt und Fairness, sowie angemessene Recherchemethoden. Die Autorin zeigt, wie diese Gebote als Spezifizierungen aus der ethischen Leitkategorie »Achtung« abgeleitet werden können. Anstelle eines bloß kasuistischen Ethikkataloges, der dann in konkreten Situationen oft keine Orientierung gibt, entwickelt Thomaß mit ihren Prinzipien konkrete Leitlinien zur medienethischen Reflexion von Konflikt- und Entscheidungssituationen.

Die Problematik von Ethikkodizes untersucht *Wolfgang Wunden* in seinem Artikel »Die *Publizistischen Grundsätze* des Deutschen Presserats aus medienethischer Sicht«. Hier stellt sich zunächst die Frage, inwieweit diese Kodizes überhaupt eine Ethik darstellen, oder nicht eher Ausdruck einer empirischen Berufsmoral sind. Der Autor konstatiert, dass der Pressekodex nicht nur ein unsystematisches Sammelsurium von Geboten und Regeln ist, sondern dabei auch allgemeinmoralische mit journalismusspezifischen und rechtsanalogen Normen, sowie mit journalistischen Qualitätsmaximen und Berufsstandsregeln vermischt. Die

Medienethik hat nach Wunden hier die Aufgabe, Systematisierungen und Kontextualisierungen vorzunehmen, damit zumindest ein besseres Verständnis der Normenkataloge erreicht wird. Darüber hinaus steht sie vor der Aufgabe, die Bedeutung und die Implikationen der in den journalistischen Grundsätzen enthaltenen Wertbegriffe zu analysieren und gegebenenfalls zu begründen. Dies könnte Ausgangspunkt für eine systematische Reformulierung der *Publizistischen Grundsätze* sein.

Die Analyse von kommunikativen Praktiken medialen Handelns steht im Mittelpunkt von *Christian Schichas* Artikel »Medienethik und politische Talk-Shows. Zur Diskrepanz zwischen Diskurspostulaten und medialen Handlungspraktiken«. In seiner detaillierten Analyse untersucht der Autor, ob dieser mediale Gesprächstypus Argumentations- und Diskursbedingungen entspricht, und inwiefern sich gegenläufige Formen identifizieren lassen. Darauf aufbauend entwickelt er eine normative Typologie von Talkshowformaten und ein diskursethisches Evaluationsinstrumentarium. Dabei geht er – ähnlich wie Schultz – auf die Dimension der medialen (Selbst-)inszenierung ein und konstatiert, dass gerade die kalkulierte Inszenierung eine rationale und konstruktive Auseinandersetzung unmöglich macht. An die Stelle eines an Verständigung interessierten Disputs tritt das »personalistisch inszenierte Drama«, das zwar Aufmerksamkeit erzeugt, aber eine tiefer gehende Auseinandersetzung mit den Hintergründen verhindert. Die Diskursethik kann hier der Bestimmung von argumentativen Mindestbedingungen dienen und so zur Qualitätsbestimmung von Fernsehdebatten beitragen.

In ihrem Beitrag »Provokante Werbung unter dem Gesichtspunkt einer Ethik der Massenkommunikation« untersuchen *Michael Jäckel* und *Jan D. Reinhardt* die kommunikative Praktik der Erzeugung von Aufmerksamkeitseffekten durch Normverletzungen in der Werbung. Neben einer produktionsethischen Typologie provokanter Werbeformen zeigen die Autoren im Abschnitt über Produzentenethik, dass Provokation als kommunikative Handlung im Blick auf mögliche Intentionen, aber auch auf das Zweck-Mittel-Verhältnis bewertet werden müssen. Die Überlegungen zur Rezipientenethik konzentrieren sich auf die Frage nach der Medienkompetenz der Rezipienten. Abschließend diskutieren Jäckel und Reinhardt die Dimension der rechtlichen Regulation und normativen Selbstregulation der Werbebranche. Selbststeuerung erzeugt hier die Paradoxie, dass öffentliche Sanktion durch den Werberat Aufmerksamkeitseffekte noch verstärkt und Anlass zu Anschlusskommunikationen bietet. Dies kann Teil des provokanten Werbekalküls sein, was aber, so die Autoren, kein Grund für moralischen Pessimismus oder Verzicht auf ethische Reflexion und Kritik sein darf.

Kalkulierte Normverstöße und implizierte Werte steuern Aufmerksamkeit und Anschlusskommunikationen in den Medien. *Petra Grimm* stellt in »Semiotik als empirischer Werte-Seismograf für die Medienethik« einen zeichentheoretischen Ansatz zur Ermittlung von Werten und Normen in den Medien vor. Mit Hilfe dieser metaethisch-deskriptiven Semiotik kann rekonstruiert werden, welche Wertesysteme und -hierarchien in einer Kultur dominieren. Massenmedien dienen dabei in besonderer Weise der subkutanen Vermittlung von Werten. Mediensemiotik kann diese impliziten Wertbezüge durch die Analyse von konkreten Medientexten ermitteln und kategorisieren. Dies betrifft, wie die Autorin am Beispiel der Berichterstattung über den 11.9.2001 zeigt, auch die Ebene der Meta-Werte, wie etwa gesetzliche Rahmen, allgemeine Genrewerte der Qualität von Diskursen und Unterhaltungsformen. Mediensemiotik kann so die medienethische Reflexion und Bewertung von wertgeladenen Medieninhalten unterstützen.

Die Beiträge zu den *Anwendungen* machen deutlich, dass Medienethik die Aufgabe hat, auch und gerade als praktische Reflexionsinstanz zu fungieren: Konkrete und zugleich allgemeine ethische Prinzipien können das journalistische Handeln orientieren und der Reflexion dienen. Medienkodizes können systematisch geordnet und in ihren Wertbezügen und -orientierungen interpretiert und präzisiert werden. Die ethische Qualität von konkreten Medienpraktiken, wie Selbstinszenierung und kalkulierter Normverstoß, können medienethisch ebenso analysiert und kritisiert werden, wie die impliziten Werte in den Medieninhalten. Die medienethische Reflexion, so die Intention dieses Buches, gibt sich weder mit der theoretisch-abstrakten Analyse zufrieden, noch darf sie einem falschen, nämlich theorieleeren Praktizismus aufsitzen.

Ob diese Reflexion Eingang in die Medienpraxis und das Medienhandeln findet und so zu einer orientierenden und formenden Kraft wird, hängt freilich davon ab, inwieweit die verschiedenen Institutionen und Akteure des Mediensystems medienethische Normen und Werte in ihre Zielorientierungen aufnehmen, d.h. inwiefern alle Beteiligten ihrer medienethischen Verantwortung nachkommen und die der anderen auch immer wieder einfordern.⁷ Dieses Wechselspiel ist nicht nur Grundlage und zugleich Resultat des verantwortlichen und freien Medienhandelns, sondern auch eine konstitutive Voraussetzung für die demokratische Gesellschaft.

⁷ Zur genaueren medienethischen Analyse der Handlungsbereiche und Verantwortungsrelationen im Medienhandeln vgl. Debatin 1998 und 1999a.