

Bernhard Debatin

Ethik und Medien

Antworten auf zehn populäre Mißverständnisse über Medienethik

(erschieden in: *Relation Leipzig*, 8. Jg. Sept. 2001, Nr. 11, pp. 8-11)

Viele Gespräche über Medienethik beginnen mit einem trivialen Mißverständnis: Medienethik, so höre ich immer wieder von Studierenden wie Medienpraktikern, gebe es nicht, die Medien seien doch bekanntermaßen unethisch. Mein sanfter Einwand, daß es ja gerade deshalb der Medienethik bedürfe, trifft dann meist auf Erstaunen und auf den Folgeeinwand, daß dann aber die Medienethik sinnlos sei, da sie ja offensichtlich unmoralisches Verhalten nicht verhindere. Hinter diesem Mißverständnis steckt eine Verwechslung von Geltungs- und Durchsetzungsebene: Aus der Tatsache, daß Medienethik nicht immer und nicht unmittelbar wirksam ist, wird im Kurzschluß sofort abgeleitet, daß dann auch ihre Normen keine Gültigkeit haben.

Mißverständnis 1: Die Medien sind ohnehin unethisch, deshalb gibt es keine Medienethik oder sie ist zumindest sinnlos.
--

Wie Rechtsnormen sind natürlich auch ethische Normen darauf angewiesen, daß sie in der empirischen Realität wirksam werden können, jedoch wird die Geltung eines Gesetzes durch einen Rechtsverstoß ebensowenig ausgelöscht, wie die Geltung von ethischen Normen durch unmoralisches Verhalten. Allerdings wird die Legitimation von Rechts- und ethischen Normen auf Dauer unterhöhlt, wenn permanent gegen sie verstoßen wird. Mangelnde Sanktionskraft kann, wie am Beispiel des deutschen Presserates immer wieder diskutiert wird, in der Tat den Sinn von medienethischen Normen in Frage stellen. Medienethik steht deshalb stets vor dem Problem, wie sie ihre Maximen und Wertorientierungen wirksam in die professionelle Praxis übertragen kann. Sie hat zwar über Medienräte, Kodizes und organisationelle Strukturen einen unverkennbaren, jedoch in der Regel nur schwachen Einfluß auf die Wirklichkeit. Pessimisten und Kritiker der Medienethik fordern deshalb die Ersetzung der medienethischen durch juristische Normen.

Mißverständnis 2: Medienethik hat keine Sanktionsmöglichkeiten und muß deshalb durch juristische Normen ersetzt werden.

Dennoch ist dies kein Argument gegen Medienethik überhaupt, vielmehr geht es um die Frage, ob es effektive Sanktionsformen für die Durchsetzung von medienethischen Normen gibt. Im Unterschied zu Rechtsnormen, die notfalls auch mit Gewalt (also von außen) durchgesetzt werden können, beruht jede Ethik letztlich auf innerer Einsicht, auf intrinsischer Motivation. Dies macht auch die Stärke und zugleich die Schwäche der Medienethik aus. Dennoch heißt das nicht, daß es hier kein Sanktionspotential gäbe. Moralische Sanktionen können nämlich im Blick auf den Status und den öffentlichen Ruf eines Individuums ausgeübt werden. Das dabei zur Geltung kommende Sanktionspotential hängt in erster Linie von der kritischen Kraft und den moralischen Standards der Öffentlichkeit ab. Die immer wieder zu hörende Klage über die unzureichenden Sanktionsmöglichkeiten des Deutschen Presserates und ähnlicher Selbstkontrollorgane richtet sich deshalb nicht nur an den falschen Adressaten, sondern unterschätzt (allerdings empirisch durchaus unterstützt durch eine unkritische Öffentlichkeit) auch das für die Medienorganisationen und einzelnen Medienschaffenden auf dem Spiel stehende symbolische Kapital der Reputation. Wenn es gelingt, das moralisch-kritische Potential der Öffentlichkeit zu mobilisieren und in Legitimationsverlangen umzusetzen, können Reputation und Status zugeteilt bzw. entzogen, und somit Sanktionen ausgeübt werden. Dies ist freilich kein Automatismus.

Mißverständnis 3: Öffentliche Sanktion ist ein automatischer Prozeß, der keiner Anstrengung bedarf.

Nur eine wachsame und kritische Öffentlichkeit kann über symbolische Aktionen, öffentliche Kritik und Begründungsverlangen einen starken Legitimationsdruck und dementsprechend ein hohes Sanktionspotential entwickeln. Die Kraft der Sanktionsinstanz Öffentlichkeit steht in direktem Zusammenhang mit der Dynamik und den Bedingungen der öffentlichen Kommunikation. Öffentlichkeit, zumal im Zeitalter der elektronischen Medien, muß immer wieder neu erschaffen und belebt werden. Kritische und zumal medienkritische Öffentlichkeit ist kein Zustand, sondern ein Prozeß. Es geht dabei aber nicht allein um die Massenmedien, sondern um die Bedingungen und die Qualität der öffentlichen Kommunikation auf allen Ebenen. Gemeinhin wird in diesem Zusammenhang zwischen Begegnungs-, Versammlungs- und massenmedialer Öffentlichkeit unterschieden. Will man diese Ebenen und ihre

Wechselwirkungen berücksichtigen, muß man korrekterweise von Kommunikations- und Medienethik sprechen, da zumindest ein Teil der öffentlichen Kommunikationen direkt, also ohne Mediatisierung verläuft. Dies ist auch der Grund dafür, daß Medienethik wesentlich mehr umfaßt, als nur die journalistische Ethik, mit der sie häufig gleichgesetzt wird.

Mißverständnis 4: Medienethik ist gleich journalistische Ethik.

Kommunikations- und Medienethik bezieht sich vielmehr auf die Bedingungen verantwortlicher Kommunikation und verantwortlichen Medienhandelns überhaupt. Deshalb tragen neben den Medienschaffenden (Journalisten und Redakteure) auch die Betreiber und Besitzer von Medien (Verleger, Medienkonzerne, Rundfunkanstalten etc.), sowie die Mediennutzer (also das Publikum) eine besondere medienethische Verantwortung. Hinzu kommen Gremien der freiwilligen Selbstkontrolle (z.B. der Presserat), sowie die medienkritische Öffentlichkeit (Selbstreflexion der Medien) und die institutionelle Kontrolle und Gestaltung der Medien (Kommunikationspolitik). Darüber hinaus bezieht sich die Medienethik auch auf das wachsende Feld der Neuen Medien, dort vor allem der Internetethik, aber auch der Informations- und Computerethik. Weitere Felder der Kommunikations- und Medienethik sind die Ethik von Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations, sowie die Ethik der organisationellen und interpersonellen Kommunikation, wie auch des Medienmanagements. Auch wenn die Kommunikations- und Medienethik damit einen sehr breiten Anwendungsbereich hat, ist sie deshalb aber durchaus kein unsystematisches Sammelsurium.

Mißverständnis 5: Medienethik ist ein unsystematisches, zusammengewürfeltes Sammelsurium.

Vielmehr stehen die genannten Handlungsbereiche in einem systematischen Zusammenhang, der über den Begriff der Verantwortung integriert wird: Wenn nämlich diese Handlungsbereiche in ein zwangloses Wechselspiel treten, d.h. Verantwortung von allen Beteiligten übernommen wird, kann Medienethik systematisch verstanden und praktisch wirksam werden. Dabei ist der Begriff der Verantwortung der zentrale Ansatzpunkt der Medienethik. Eine an medienethischen Normen und Werten ausgerichtete Verantwortung kann erhebliche intrinsisch motivierte Orientierungs- und Steuerungsleistungen erbringen, Medienethische Normen können dann als "Stabilisatoren kommunikativer Erwartungen"

(Rühl) wirksam werden. In den meisten Fällen kooperativen Handelns, wie es v.a. im Medienbereich typisch ist, kommt es jedoch zu einem Auseinandertreten von Entscheidungs-, Handlungs- und Verantwortungssubjekten. Das klassische Beispiel hierfür ist im Medienbereich die Differenz zwischen entscheidungstragender Redaktionskonferenz, handlungsausführenden Journalisten (die dann ihrerseits oft noch Recherchetätigkeiten delegieren) und verantwortlichem Redakteur. Diese an sich sinnvolle Aufteilung von Verantwortlichkeiten kann gerade bei hohem Kosten- und Erfolgsdruck zu Kompetenz- und Qualitätsmängeln wie auch zu einer systematischen Abdrängung der Verantwortung führen. Dies zieht das weit verbreitete Mißverständnis nach sich, daß medienethische Verantwortung entweder nur am einzelnen Handlungssubjekt, oder nur an der Organisation als Ganzer festgemacht werden kann.

Mißverständnis 6: Medienethische Verantwortung liegt entweder nur in den Händen des Einzelnen, oder nur in der Gesamtorganisation.

Die subjekttheoretische Auffassung macht den Einzelnen quasi für alles verantwortlich und postuliert damit unerfüllbare Alleinverantwortungsansprüche an ihn („moralischer Held“), die systemtheoretische Position übersieht dagegen das Wechselspiel zwischen individuellem und organisationellem Handeln und entläßt den Einzelnen vorschnell aus der Verantwortung. Diese in der medienethischen Debatte häufig zu findende, unfruchtbare Gegenüberstellung kann durch ein Modell der abgestuften Verantwortungsverteilung überwunden werden: Einerseits müssen Umfang und Reichweite organisationeller Verantwortung in normativen Texten und Leitlinien festgeschrieben und in die Organisationskultur eingebettet werden, außerdem müssen symbolische Verantwortungsrepräsentanten bestimmt werden. Andererseits muß die individuelle Verantwortung analog zu Zuständigkeitsbereichen auch so verteilt sein, daß sich Individualverantwortung mit wachsender Zahl von Handlungsträgern nicht einfach auflöst oder auf die Organisation verschiebt. Nur wenn auf diese Weise eine klare Trennung zwischen organisationeller und individueller Verantwortung vorgenommen wird und zugleich die Reichweite und die Grenzen der individuellen wie der korporativen Verantwortung bestimmt werden, können Individualethik und organisationelle Ethik praktisch miteinander vermittelt werden. Es wäre jedoch wiederum falsch, den Umfang der Medienethik allein auf diese praktischen Fragen der Verantwortungsverteilung zu begrenzen. Dies wäre eine Reduktion der angewandten Ethik auf ihre Steuerungsfunktion.

Mißverständnis 7: Medienethik bezieht sich nur auf praktische Fragen und interessiert nur wegen ihrer Steuerungsleistungen.

Solange Medienethik nur als Steuerungsmechanismus auf der Grundlage des eingelebten Ethos sowie organisations- und individualmoralischer Normen betrachtet wird, fehlen ihr die kritischen Maßstäbe, anhand derer diese Normen und das Ethos zu beurteilen und gegebenenfalls zu verändern wären. Solche kritischen Maßstäbe können in dem von mir so bezeichneten Bereich der Reflexionsfunktion gewonnen werden: In ihrer Reflexionsfunktion hat Medienethik die moralphilosophische Aufgabe, das Medienhandeln und das Mediensystem unter ethischem Hinblick zu reflektieren, und medienethische Normen und Werte zu begründen. Medienethik kann nur dann mehr sein als bloßes Beschwichtigungsritual und nachgereichte Legitimation, wenn die Steuerungsfunktion auf diese Weise durch die Reflexionsfunktion ergänzt wird. Die Reflexionsfunktion der Medienethik ist aber ihrerseits keineswegs unabhängig von der Steuerungsfunktion. Es wäre wiederum ein Mißverständnis, die philosophische Reflexion der Medienethik als rein akademische Übung zu begreifen und von Fragen der praktischen Umsetzung abzutrennen.

Mißverständnis 8: Die philosophische Medienethik ist ein rein theoretisches Unternehmen des Elfenbeinturms.

Die Überzeugungskraft, mit der medienethische Argumentationen entwickelt, gelehrt und in der öffentlichen Diskussion vorgetragen werden, steht nämlich in enger Beziehung zu den Begründungsleistungen der Medienethik. Die moralphilosophische Begründung der Medienethik ist deshalb keineswegs nur ein 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. Deshalb ist eine starke universitäre Medienethik unverzichtbar. Die akademische Medienethik hat sich in den letzten Dekaden in der Tat als philosophische und kommunikationswissenschaftliche Teildisziplin etabliert. Mit dem 1997 ins Leben gerufenen „Netzwerk Medienethik“ und der seit Anfang dieses Jahres bestehenden Fachgruppe „Kommunikations- und Medienethik“ innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPuK) wurden auch erste Schritte zu einer koordinierten Vernetzung von Praktikern und Theoretikern in diesem Bereich getan. Von

einer hinreichenden Verbreitung an den Universitäten ist die Medienethik aber noch weit von einer entfernt.

Mißverständnis 9: Die philosophische Medienethik ist in der universitären Ausbildung hinreichend vertreten.

Tatsächlich ist die Kommunikations- und Medienethik in der journalistischen Ausbildung wie auch in der Kommunikations- und Medienwissenschaft nach wie vor eher eine Randerscheinung. Sie wird in vielen Lehrveranstaltungen nur als Anhängsel behandelt oder fällt dem Zeitdruck zum Opfer. Eine systematische Einbindung in den Lehrbetrieb und gar eine umfassende und koordinierte „medienethische Imprägnierung“ aller Lehrveranstaltungen liegen in den meisten Universitäten noch in weiter Ferne. Dies ist freilich nicht überall so: Während Deutschland noch auf den ersten Lehrstuhl für Medienethik wartet, gibt es an US-amerikanischen Instituten für Journalistik und Kommunikationswissenschaft in der Regel mindestens eine medienethische Professur und die Medienethik nimmt eine zentrale Stellung im Curriculum ein. Dies nicht zuletzt deshalb, weil man dort erkannt hat, daß die Deregulierung des Medienbereiches nur dann überhaupt irgendwie vertretbar ist, wenn es eine moralische „Innensteuerung“ im Mediensystem gibt. Medienethik kann schon aus diesem Grund nachgerade als Professionalisierungsmerkmal in der Ausbildung für Medienberufe angesehen werden.

Mißverständnis 10: Wenigstens an der Universität Leipzig ist für eine angemessene Vertretung der Medienethik gesorgt.

Medienethik gehört zu den am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft der Universität Leipzig regelmäßig angebotenen Lehrveranstaltungen. Dies liegt nicht zuletzt daran, daß es – in Deutschland einzigartig – am Institut eine Hochschuldozentur für Medienethik gibt, die ich seit 1996 wahrnehme. Die Universität Leipzig hat damit bislang die erste und einzige Hochschullehrerstelle, in deren Titel Medienethik explizit aufgeführt ist. Nach meinem Dafürhalten wäre es für das Institut, aber auch für das Fach Kommunikationswissenschaft, sehr zu wünschen, wenn diese Stelle recht bald von einer befristeten C2 Dozentur in eine unbefristete C3 oder C4 Professur umgewandelt würde. Da ich zum Ende des Sommersemester 2001 meine Leipziger Dozentur aufgebe, um eine

Professur in unserer amerikanischen Partneruniversität in Athens (Ohio) anzutreten, wird man mir hier keine persönlichen Interessen unterstellen wollen. Mir geht es in der Tat um anderes:

1. Kontinuität: Eine Dozentur (oder in Zukunft eine Juniorprofessur) für Medienethik ist immer auf sechs Jahre begrenzt. Das macht eine langfristig angelegte Lehr- und Forschungstätigkeit nahezu unmöglich. Bei einem Grundlagenfach wie der Medienethik, die quasi quer zu den diversen kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplinen liegt, ist gerade dies aber notwendig. Durch die Befristung ist es kaum möglich, inhaltlich klar identifizierbare Schwerpunkte mit einer Person zu verbinden.

2. Profilbildung: Die Universität Leipzig und das Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft wären gut beraten, sich durch eine Professur oder gar einen Lehrstuhl für Medienethik zu profilieren. Zwar hat die Leipziger Medienethik bereits jetzt einen guten Ruf und eine eigene Handschrift, aber das oben genannte Kontinuitätsproblem verhindert eine klare und längerfristig angelegte Profilbildung. Wenn die These stimmt, daß die medienethische Qualität als Professionalisierungsmerkmal in dem dynamischen, sich schnell entwickelnden Berufsfeld des Medienhandelns gelten kann (und dafür spricht einiges), dann sollte die Gelegenheit einer solchen Profilbildung mehr als willkommen sein.

Fazit: Die Wirksamkeit jeder 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 und Sensibilisierung der Medienschaffenden 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. Die universitäre Ausbildung hat im Bereich der Kommunikations- und Medienethik sozusagen gerade erst angefangen. Die in der Medienpraxis zweifelsohne notwendige medienethische Professionalisierung muß auch in den deutschen Universitäten erst noch stattfinden.

Hinweis:

Zur Information und für weiterführende Literatur seien die Webseiten des Netzwerkes Medienethik < <http://www.netzwerk-medienethik.de/>> und der DGPK-Fachgruppe „Kommunikations- und Medienethik“ < http://www.dgpuk.de/fg_ethik/> empfohlen.