

Medienethik

von Prof. Dr. Werner Faulstich, Direktor des Instituts für Angewandte Medienforschung der Universität Lüneburg



Eine Vielzahl aktueller Publikationen zum Thema Medienethik - teils scharfsinnig und zwingend wie Rainer Leschke (2001), teils irrational und verquast wie Felix Weil (2001) - lädt zu einer neuen Zwischenbilanz ein. Wo stehen wir heute? Wie lautet das gesicherte Grundwissen? Im Februar 2002 gab es ein neues Symposium: "Begründungen und Argumentationen der Medienethik" (München). Bei den Referenten handelt es sich zumeist um die altbekannten Namen. Wird es dennoch weiterführende Erkenntnisse liefern können?

Ausgangspunkt jeder Verständigung ist eine Festlegung von Begriffen, die auf verschiedenen hierarchischen Ebenen liegen. Unterschieden werden muss zunächst in Metaethik und Ethik: *Metaethik* meint die Frage nach Möglichkeiten, Formen, Grenzen von Ethik überhaupt. Wer über Ethik redet, hat zu dieser Frage, häufig implizit, bereits Stellung genommen. *Ethik* dagegen im Sinne von Allgemeinethik meint eine universalistische Ethik. Eine Ethik für Herrn Müller und eine andere Ethik für Frau Meier wäre unsinnig.

Nach ihrem Geltungsbereich kann man zusätzlich unterscheiden zwischen *Sozialethik*, die sich auf die ganze Gesellschaft bezieht, und *Individuethik*, die den einzelnen meint. Differenziert man diese weiter, so zerfällt Sozialethik in verschiedene *Bereichsethiken* und Individuethik in verschiedene *Rollenethiken*. Schließlich gibt es die Ebene der *Moral* als Form praktischer Handlungsanweisungen. Moral und Ethik werden häufig miteinander verwechselt, weil dem einzelnen die bestehende Moral, d.h. eine allgemein praktizierte Ethik, normativ, d.h. unter dem Signum von Ethik, gegenüber tritt. Ethik ist und bleibt die Theorie, Moral die Anwendung oder Praxis.

Ethik im Sinne von Allgemeinethik ist die Lehre vom sittlichen Wollen und guten und richtigen Handeln: die *Theorie vom Sollen*. Insofern ist Ethik immer normativ. Wenn gelegentlich von "deskriptiver Ethik" die Rede ist, wird meist nur die Moral gemeint. Die

ethischen Normen im Sinne von Zielvorgaben lassen sich explizit benennen und müssen entsprechend abgefordert werden. Da aber „Sollen“ vom „Sein“

nicht zwingend abgeleitet werden kann, kann es eine universalistische Ethik nicht geben, d.h. Ethik ist immer *partikularistisch*. Ihre Normen sind relativ: erstens räumlich bzw. kulturell, zweitens zeitlich. Sie bleiben aber *universalistisch* für den jeweils betroffenen Personenkreis. Diese wichtige Unterscheidung wird meist übersehen.

Letzte Begründung jeder „Allgemein“-Ethik ist deshalb eine *Setzung*. Sie kann religiös gehalten sein, z. B. christlich oder islamisch, sie kann aber auch idealistisch oder utilitaristisch fundiert sein. Ihr Geltungsanspruch unterscheidet sich entsprechend, bleibt aber für den betroffenen Personenkreis gleich, auch wenn er sich zudem jeweils wandeln kann.

Der Geltungsbereich dieser jeweils gesetzten Ethik wird durch *Konventionen* bzw. *Macht* bestimmt, die institutionell bzw. politisch abgesichert ist. Sozialethik ist deshalb direkt von Politik abhängig, während die Individuethik wiederum stark von der Sozialethik bedingt wird.

In den *Bereichsethiken* werden spezialisierte Sonderformen der Sozialethik ausgebildet. Neben Bereichen wie beispielsweise Wirtschaft („Wirtschaftsethik“), Umwelt („Umweltethik“) oder Wissenschaft („Wissenschaftsethik“) gibt es auch den Bereich Medien („Medienethik“). Medienethik als eine Bereichsethik ist keine Wissenschaft, sondern setzt selber, in mehr oder weniger großer Nähe zur übergreifenden Sozialethik, bestimmte Werte als letzte Begründung.

Als solche bereichsspezifischen *Werte* sind bislang ins Spiel gebracht worden: Wahrheit, Freiheit, Öffentlichkeit, Verantwortung, Medienkompetenz. Daraus abgeleitet sind die entsprechenden konkreten *Normen*: Objektivität, Neutralität, Fairness, Ausgewogenheit, Toleranz etc., die direkt als moralische Handlungsanweisungen in die Praxis des Medienhandelns übernommen werden.

Die *Rollenethik* differenziert Individualethik innerhalb des Kommunikations- und Interaktionsfeldes. In der Medienethik wurden bislang drei verschiedene Rollenethiken formuliert, die man mit den Begriffen „Journalistenethik“, „Organisationsethik“ und „Publikumsethik“ gefasst hat.

Journalistenethik ist bislang noch am breitesten diskutiert und versteht Ethik als Individualethik, die dem einzelnen Journalisten normenkonformes Handeln abverlangt. Die Überbetonung dieser Rollenethik zulasten anderer, ebenfalls betroffener Handlungsrollen verweist aber auf bestimmte Abwehr- und Entlastungsmechanismen, die den Journalisten für Defizite, Mängel, Normverletzungen gerne zum Sündenbock stempeln.

Organisationsethik meint Systemethik und unterscheidet sich damit grundsätzlich von Individualethik. Häufig wird hier auch unterschieden in Verantwortungsethik der Unternehmensführung und Institutionenethik der Unternehmung. Sieht man freilich genauer hin, so reduziert sich die Ethik von Medienorganisationen und -unternehmen auf die Anpassung an herrschende Normen, sofern sie gemäß dem übergeordneten Ziel der Gewinnerwirtschaftung ins Kalkül gezogen werden müssen. Ethik ist hier rein instrumentalistisch gehalten.

Publikumsethik schließlich verweist eher auf Sozialethik, auch wenn es sich dabei im Grunde doch nur wieder um Individualethik handelt - nur dass hier der Ball der Verant-

wortung von den Journalisten an die Konsumenten weitergereicht wird.

Diese drei unterschiedlichen Rollenethiken müssen jedoch erweitert werden: Zwischen der Journalisten- und der Organisationsethik gibt es in Medienbetrieben und -institutionen vielfältige hierarchisch abgestufte Handlungsrollen (z. B. Ressortleiter, Redaktionsleiter, Programmdirektoren, bereichsverantwortliche Manager, Intendanten, Verleger), und auch zwischen der Organisations- und der Publikumsethik spielt zumindest die Ethik der Medienpolitik, die im Sinne von Sozialverträglichkeit häufig den allgemeinen Rahmen für Medienhandeln setzt, eine wichtige Rolle.

Neben Journalisten-, Organisations- und Publikumsethik sollten also auch eine *Hierarchenethik* und eine *Medienpolitikerethik* einbezogen werden.



Wo steht hier Moral als die ethikkonforme Praxis des Handelns im konkreten Fall? *Moral* berücksichtigt häufig alles zugleich:

- unter dem pragmatischen Gesichtspunkt des persönlich Zumutbaren die individuelle Abhängigkeit und die persönliche Wertehierarchie,
- generell unter dem Gesichtspunkt des Machbaren die politischen und bereichsspezifischen Machtverhältnisse,
- unter dem Gesichtspunkt räumlich-kultureller heutiger Bedingtheiten und Konventionen die Maskierung und Rechtfertigung präferierter Normen und der ihnen zugrundeliegenden weltanschaulichen Setzungen,
- nicht zuletzt eine Aufwand-Ertrag-Rechnung als Lösungsstrategie bei internen Widersprüchen.

Da es eine universalistische Ethik nicht geben kann, hängen die Normen auch der Medienethik sowie deren Gültigkeit und deren Verbindlichkeit für den einzelnen von sozialen Setzungen ab. Das heißt: Medienethik zwingt zur *gesellschaftlichen Positionierung*.

Medienethische Debatten neigen immer noch dazu, diesen übergreifenden Problemhorizont zu unterschlagen oder durch Rekurs auf überholte Ideologien pseudo zu lösen. Die Macht von Religionen und anderen kulturellen Wertsystemen - als kollektiv akzeptierten Setzungen - ist seit Jahrhunderten auf dem Rückgang, die Dominanz ökonomischer Werte dagegen nimmt kontinuierlich zu und verweist alternative individuelle Wertsetzungen in den subjektiv-privaten Bereich, d. h. überantwortet sie dem Prinzip der Beliebigkeit.

Ohne zynisch sein zu wollen, wäre dann folgende (Zwischen-)Bilanz unvermeidlich: Streng genommen reduziert sich in unserer Gesellschaft die Frage nach dem Sollen bzw. das Problem der Medienethik derzeit auf die Frage nach der Legitimierung faktisch egoistischen Handelns im Sinne der Verbrämung und Verschleierung.

Medienethik, lediglich konventionalistisch denkbar und deshalb der Willkür der heute mächtigen Gruppierungen überantwortet, gibt es als *Sozialethik* nur noch in dem Maße, in dem wirtschaftliche Medienmacht sich dazu gezwungen sieht, politische, soziale und kulturelle Wertemuster instrumentell in Rechnung zu stellen. Medienethik als *Individualethik* schließlich ist arbiträr und insofern ein Popanz.

Dass sie derzeit publizistische Hochkonjunktur hat,

verweist auf einen besonderen Entlastungsbedarf im Kontext eines immer noch zunehmenden generellen Werterelativismus.

Literatur:

- Siehe auch "Netzwerk Medienethik" im Internet, koordiniert von Rüdiger Funiok (ruediger.funiok@jesuiten.org) und die Zeitschrift "forum medienethik", hrsg. im Auftrag der Diözese Rottenburg-Stuttgart (http://www.uni-tuebingen.de/theologische_ethik_moraltheologie/fmehome.htm.)
- Werner Faulstich: Medienethik. in: Ders., Grundwissen Medien. München 2000, S. 85-92.
- Werner Faulstich: Organisationsbezogene Werte. in: Ders., Grundwissen Öffentlichkeitsarbeit. München 2000, S. 93-102.
- Rüdiger Funiok et al. (Hrsg.): Medienethik - die Frage der Verantwortung. Bundeszentrale für politische Bildung. Bonn 1999.
- Andreas Greis: Identität, Authentizität und Verantwortung. Die ethischen Herausforderungen im Internet. München 2001.
- Adrian Holderegger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. 2. Aufl. Freiburg/Schweiz 1999.
- Matthias Kettner: Angewandte Ethik als Politikum. Frankfurt/Main 2000. - Larissa Krainer: Medien und Ethik. Zur Organisation medienethischer Entscheidungsprozesse. München 2001.
- Hans Lenk: Einführung in die angewandte Ethik. Stuttgart 1997.
- Augustin M. Pötscher (OSM): Medienethik. Thaur 1998.
- Rainer Leschke: Einführung in die Medienethik. München 2001.
- Matthias Rath (Hrsg.): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Wiesbaden 2000.
- Christian Schicha und Carsten Brosda (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster 2000.
- Peter Ulrich: Integrative Wirtschaftsethik. 2.Aufl. Bern 1998.
- Felix Weil: Die Medien und die Ethik. Grundzüge einer brauchbaren Medienethik. Freiburg, München 2001.
- Klaus Wiegerling: Medienethik. Stuttgart 1998.

Kontakt: www.uni-lueneburg.de