

AUFSÄTZE UND BERICHTE

Bernhard Debatin

Zwischen theoretischer Begründung und praktischer Anwendung: Medienethik auf dem Weg zur kommunikationswissenschaftlichen Teildisziplin

Die Medienethik hat sich in den letzten Dekaden zunehmend als philosophisches und kommunikationswissenschaftliches Themenfeld etabliert, wohl nicht zuletzt als Reaktion auf die rasante Ausdifferenzierung des Mediensystems. Der Bereich der Kommunikationsmedien, so kann man konstatieren, ist längst zu einem eigenständigen gesellschaftlichen Subsystem mit entsprechend vielfältigen moralischen Konflikten und Herausforderungen geworden. Traditionell liegt die Antwort auf solche Herausforderungen in der Ausbildung von spezifischen Berufsethiken. Tatsächlich können allgemeine Verbreitung und Akzeptanz von berufsethischen Normen sogar als Gradmesser für Professionalisierung, Qualitätbewusstsein und Eigenständigkeit eines Berufsstandes betrachtet werden: An die Stelle von bloßer Außensteuerung, so die Idee, tritt eigenverantwortliche Selbstkontrolle.

Die Wirksamkeit der medienethischen Selbstkontrolle hängt aber entscheidend davon ab, wie gut es gelingt, ethische Strukturen im Mediensystem und moralische Orientierungen in den Individuen zu verankern. Dabei ist eine medienethisch ausgerichtete Ausbildung ebenso wichtig wie die ethische Durchdringung der Medienpraxis durch die Einbindung von medienethischen Normen und Werten in das organisationelle Handeln. Hinzutreten muss ein medienethisch sensibilisierter öffentlicher Diskurs, der kritisch auf Vorgänge und Entwicklungen im Mediensystem reagiert.¹

Als *angewandte Ethik* steht die Medienethik vor dem Problem, wie ihre Maximen und Wertorientierungen wirksam in die professionelle Praxis übertragen werden können. Sie hat zwar über Medienräte, Ethikkodizes und organisationelle Strukturen einen gewissen Einfluss auf die Wirklichkeit, ihre Steuerungsleistungen werden jedoch immer wieder infrage gestellt. Die Medienethik ist nämlich mit der systematischen Schwierigkeit konfrontiert, dass sie wie jede Ethik stets zu spät kommt, da die moralischen Konflikte sich erst zeigen müssen, bevor sie zu ethisch bearbeitbaren Problemen werden. Dies wird ihr vielfach als Schwäche ausgelegt, von der Annahme, dass sie die Komplexität ihres Gegenstandes nicht hinreichend erfasse, über die Behauptung, dass sie bloß nachgereichte Legitimation des ohnehin Unvermeidlichen

Der Autor ist Associate Professor for Multimedia Policy an der Ohio University in Athens, Ohio (USA).

¹ Wegen des Überblickcharakters dieses Beitrags verzichte ich auf ausführliche Literaturhinweise. Interessierte Leser seien auf die beiden folgenden Artikel von Horst Pöttker und Thomas Hausmanninger verwiesen.

sei, bis hin zu dem Pauschalvorwurf, dass sie über keine wirksamen Sanktionsmöglichkeiten verfüge.

Nun beruht Ethik im Unterschied zu Rechtsnormen, die notfalls auch mit Gewalt (also von außen) durchgesetzt werden können, letztlich auf innerer Einsicht, auf intrinsischer Motivation. Dies macht die Stärke und zugleich die Schwäche auch der Medienethik aus. Doch heißt das nicht, dass es hier kein Sanktionspotenzial gäbe. Moralische Sanktionen können nämlich im Blick auf öffentlichen Ruf und Status eines Individuums bzw. einer Organisation ausgeübt werden. Die rituelle 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 Potenzial 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: 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.

Wichtige Bestandteile dieser Medienöffentlichkeit sind das 1997 ins Leben gerufene *Netzwerk Medienethik* und die 1999 gegründete Fachgruppe *Kommunikations- und Medienethik* innerhalb der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft (DGPK). Mit diesen Organisationen wurden übergreifende Strukturen zu einer koordinierten Vernetzung von Medienpraktikern, Kommunikationswissenschaftlern und Ethikern geschaffen. Regelmäßige Fachtagungen mit thematischer Fokussierung, koordinierte Veröffentlichungsprojekte und auch das Webangebot der beiden Organisationen haben die informelle und formelle Kommunikation über Medienethik erheblich verbessert und erweitert.

Dennoch ist die Medienethik in der Kommunikations- und Medienwissenschaft sowie in der journalistischen Ausbildung immer noch eher eine Randerscheinung. Sie wird in vielen Lehrveranstaltungen nur als Anhängsel behandelt oder fällt ganz dem Zeitdruck zum Opfer. Eine systematische Einbindung in den Lehrbetrieb oder gar eine medienethische »Imprägnierung« aller Lehrveranstaltungen liegen in den meisten Instituten noch in weiter Ferne. Derzeit kann man von einer nur geringen Institutionalisierung der Medienethik im deutschsprachigen Hochschulleben ausgehen.

Dieses Fazit wird auch durch eine exemplarische Stichprobe des im Internet veröffentlichten universitären Lehrangebots für das Sommersemester 2002 untermauert.² Sie zeigt, dass im Frühling 2002 kaum mehr als die Hälfte der 32 untersuchten kommunikations- und medienwissenschaftlichen Einrichtungen medienethische Lehrveranstaltungen anbot. Von den 17 Instituten mit medienethischem Lehrangebot wurde bei sieben deutlich, dass sie zur Medienethik nur gelegentliche Einzelangebote

² Die Untersuchung wurde im Frühjahr von mir in Zusammenarbeit mit Steven Geyer durchgeführt, dem an dieser Stelle herzlich gedankt sein soll.

haben. Sechs Institute ließen ein regelmäßiges Lehrangebot erkennen und nur vier eine klare systematisch-konzeptuelle Einbindung der Medienethik in die Lehre. Von diesen vier Instituten verfügt lediglich eines (Leipzig) über eine Hochschullehrerstelle, die explizit den Bereich Medienethik ausweist.

| Im WWW aufgeführte Angebote zur Medienethik von 32 KMW Instituten (Sommersemester 2002) | | | | Tabelle |
|--|--------------------------------------|-------------------------------------|------------------------------------|---------------------------------------|
| I. keine Veranstaltungen im Sommersemester 02 | II. gelegentliche Veranstaltungen | III. regelmäßige Veranstaltungen | IV. systematisch im Studiengang | V. Hochschullehrer für Medienethik |
| 15 | 7 | 6 | 4 | 1 |
| $\Sigma = 15$ | | $\Sigma = 17$ | | |

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 wenigstens eine medienethische Professur, und die Medienethik nimmt eine zentrale Stellung in den Curricula ein. Dies nicht zuletzt deshalb, weil man dort erkannt hat, dass die Deregulierung des Mediensystems nur dann vertretbar ist, wenn es eine moralische »Innensteuerung« im Mediensystem gibt. Die amerikanische Tradition des »Watchdog-Journalism« und die im Verhältnis zu Europa strengere Trennung zwischen Fakten und Bewertungen sind dabei sicher ebenso Motiv wie Ergebnis der Einbindung der Medienethik in die professionelle Ausbildung.³

Freilich sind mit der institutionellen Verankerung der Medienethik in der Ausbildung nur notwendige, nicht aber hinreichende Bedingungen für eine ethisch orientierte Medienpraxis benannt. Verantwortliches Medienhandeln kann durch Professionalisierung und medienethische Sensibilisierung in Ausbildung und Berufsalltag zwar gefördert werden, hinzutreten müssen jedoch Maßnahmen auf der Ebene der Medienorganisationen, die den Rahmen für verantwortliches Medienhandeln überhaupt erst bereit stellen. Professionspezifische Werte wie Wahrheit, Richtigkeit, Sorgfalt, Kritikfähigkeit, Fairness und Achtung dürfen also nicht bloß als okkasionelle Qualitätsstrategien verstanden werden, sondern müssen sowohl auf Subjektseite als *handlungsleitende Normen* verinnerlicht als auch in den Medienorganisationen als *Leitwerte* verankert werden. Kurz, es geht um eine ethische Ausrichtung des gesamten medialen Handlungsfeldes und seiner Akteure, nicht aber um bloße Moralisierung.⁴

In den meisten Fällen kooperativen Handelns in Handlungssystemen, wie es auch für das Medienhandeln typisch ist, kommt es jedoch zu einem Auseinandertreten von Entscheidungs-, Handlungs- und Verantwortungssubjekten. Das klassische Bei-

3 Dies soll nicht darüber hinwegtäuschen, dass der amerikanische Journalismus Probleme eigener Art hat, die mit den Stichworten des Mainstreamings, der freiwilligen Selbstzensur und der Betriebsblindheit bezeichnet werden können.

4 Es ist also weder »political correctness« noch das traditionelle Konzept einer normativen Publizistik bzw. Zeitungswissenschaft gemeint. Letztere sah ihre Rechtfertigung in vorgegebenen, substanziellen Werten, während die von mir gemeinte ethische Ausrichtung sich allein auf die Freiheits- und Verantwortungsnorm bezieht (vgl. Debatin 1998).

spiel hierfür ist im publizistischen Bereich 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 Ausblendung der Verantwortung führen. Dies zieht häufig die falsche Vorstellung nach sich, dass medienethische Verantwortung entweder nur am einzelnen Handlungssubjekt oder bloß an der Gesamtorganisation festgemacht werden kann.

Die individualethische Auffassung macht den Einzelnen quasi für alles verantwortlich und postuliert damit unerfüllbare Alleinverantwortungsansprüche an ihn (»moralischer Held«), die an Funktionsmaximierung orientierte systemtheoretische Position übersieht dagegen das Wechselspiel zwischen individuellem und organisationellem Handeln und entlässt den Einzelnen vorschnell aus der Verantwortung (»Sachzwang«). Diese unfruchtbare Gegenüberstellung kann durch ein Modell der abgestuften Verantwortungsverteilung überwunden werden: Zum einen müssen Umfang und Reichweite organisationeller Verantwortung in normativen Texten und Leitlinien festgeschrieben und in die Organisationskultur eingebettet werden, außerdem sind symbolische Verantwortungsrepräsentanten zu bestimmen. Zum anderen 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 nun allein auf diese pragmatischen Fragen der Verantwortungsverteilung zu begrenzen. Dies wäre eine Reduktion der angewandten Ethik auf ihre *Steuerungsfunktion*. Solange Medienethik nur als Steuerungsmechanismus auf der Grundlage des eingelebten Berufsethos sowie organisations- und individualmoralischer Normen betrachtet wird, fehlen ihr nämlich die kritischen Maßstäbe, anhand derer diese Normen und das Ethos zu beurteilen und gegebenenfalls zu verändern wären. Diese Maßstäbe können nur durch Reflexion, durch theoretische Begründung 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. Nur durch diese Ergänzung der Steuerungsfunktion durch die Reflexionsfunktion kann Medienethik mehr sein als bloßes Beschwichtigungsritual und nachgereichte Legitimation.⁵

Die Begründungsleistungen der Medienethik sind 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. Die Beschränkung der medienethischen Diskussion auf reine Umsetzungsfragen und empirische Einzelprobleme ist oft theo-

⁵ Dieses Argument ist genauer entfaltet in Debatin (1999).

retisch blind, während moralphilosophische und -theologische Arbeiten häufig empirisch leer oder zumindest sehr allgemein bleiben. Deshalb geht es um theoretisch-systematische Zugriffe auf die Medienethik, die ihre Überzeugungskraft aus der Verbindung von theoretischer Begründung und praktischer Umsetzung gewinnen.

Solche grundlegenden Ansätze zur Medienethik wurden im Februar 2002 auf der gemeinsamen Jahrestagung der DGPK-Fachgruppe *Kommunikations- und Medienethik* und des *Netzwerk Medienethik* vorgestellt. Die Tagung »Begründungen und Argumentationen der Medienethik« hatte das Ziel, die Lücke zwischen theoretischer Begründung und praktischer Anwendung zu schließen. Aus der Vielzahl von Beiträgen wurden für die Veröffentlichung in der »Publizistik« zwei Artikel ausgewählt, die in besonderer Weise diese Überbrückungsleistung erbringen:⁶

Der Beitrag von Horst Pöttker, »Wann dürfen Journalisten Türken Türken nennen«, diskutiert anhand von kontroversen Entscheidungen des Presserates das prekäre Verhältnis von allgemeiner Moral und journalistischem Berufsethos. Das professionsspezifische Grundkriterium der *Wahrheit*, so Pöttkers These, dürfe nicht pauschal durch allgemeinmoralische Normen, wie das Diskriminierungsverbot, außer Kraft gesetzt werden. Die infrage stehende problematische Spruchpraxis des Presserates beruhe auf einem Mangel an theoretischer Reflexion auf die verschiedenen Begründungsquellen der journalistischen Ethik und die damit verbundenen konfligierenden Werte und Normen. Der Rückgriff auf eine wissenschaftlich-systematische Medienethik könne hier nicht nur überzeugendere Begründungen erbringen, sondern auch ganz praktisch zu einer besseren Integration und Akzeptanz des Journalismus als Profession führen. Der Autor zeigt hier sehr plastisch, wie direkt theoretische Begründung und praktische Anwendung miteinander verbunden sind.

Wird im Artikel von Horst Pöttker das Verhältnis von medienethischer Steuerungs- und Reflexionsfunktion von der praktischen Seite aus beleuchtet, so kommt im Beitrag von Thomas Hausmanninger, »Grundlegungsfragen der Medienethik«, eher die theoretisch-systematische Perspektive auf dieses Verhältnis zur Geltung. Die avisierte »Rückgewinnung der Ethik durch die Kommunikationswissenschaft« soll durch die Integration der philosophischen Ethik geschehen, indem statt funktionaler Sollwerte des Systems das moralisch-praktische Reflexionsvermögen der Vernunft eingesetzt wird. Dies setzt eine *Entscheidung* für Vernunft und ein postsubstanzialistisches, kontingentes Verständnis ethischen Begründens voraus. Hausmanninger zeigt mit seiner präzisen ethischen Rekonstruktion, wie aus den allgemeinen Prinzipien der Universalisierbarkeit und Zustimmungsfähigkeit ein detaillierter normativer Grundriss der Medienethik abgeleitet werden kann, der um die Maximen der Freiheit, Zugangsgerechtigkeit und Selbstvervollkommnung zentriert ist.

Diese beiden Artikel demonstrieren in hervorragender Weise Notwendigkeit und Potenziale einer wissenschaftlichen Medienethik. Es wäre ein großer Gewinn, wenn die Medienethik eine vermehrte Beachtung und stärkere universitäre Institutionalisierung erführe und sich als kommunikationswissenschaftliche Teildisziplin etablieren könnte. Hierzu würde neben der Einrichtung von medienethischen Professuren und der systematischen Integration der Medienethik in die Lehre auch eine verstärkte

⁶ Eine Sammlung der anderen Tagungsbeiträge wird Anfang 2003 erscheinen (vgl. Debatin/Funiok 2003).

Unterstützung und Koordination von einschlägigen Forschungsprojekten gehören. Wie in anderen Bereichen würde eine solche Entwicklung auch in der Medienethik eine disziplinäre Festigung nach sich ziehen, was dann vielleicht sogar zu einem allgemeinen Konsens über Minimalstandards und Grundlagen der Medienethik⁷ führen könnte.

LITERATUR

- Debatin, Bernhard (1998): Verantwortung im Medienhandeln. Medienethische und handlungstheoretische Überlegungen zum Verhältnis von Freiheit und Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Freiheit und Medien (= GEP-Buch: Beiträge zur Medienethik, Bd. 4). Frankfurt/Main, S. 113-130.
- Debatin, Bernhard (1999): Medienethik als Steuerungsinstrument? Zum Verhältnis von individueller und korporativer Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Holderegger, Adrian (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg/Breisgau, S. 39-53.
- Debatin, Bernhard/Funiok, Rüdiger (Hrsg.) (2003): Kommunikations- und Medienethik. Grundlagen – Ansätze – Anwendungen. Konstanz (im Erscheinen).
- Haller, Michael/Holzhey, Helmut (Hrsg.) (1992): Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Opladen.
- Karmasin, Matthias (Hrsg.) (2002): Medien und Ethik. Stuttgart.
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.) (1994): Öffentlichkeit und Kommunikationskultur (= GEP-Buch: Beiträge zur Medienethik, Bd. 2). Hamburg, Frankfurt/Main.
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.) (1996): Wahrheit als Medienqualität (= GEP-Buch: Beiträge zur Medienethik, Bd. 3). Frankfurt/Main.
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.) (1998): Freiheit und Medien (= GEP-Buch: Beiträge zur Medienethik, Bd. 4). Frankfurt/Main.

Korrespondenzanschrift: Prof. Dr. Bernhard Debatin, E. W. Scripps School of Journalism, Ohio University, Athens, Ohio 45701, USA
E-Mail: debatin@ohio.edu

⁷ Die diversen Sammelbände zur Medienethik unterstreichen dieses Desiderat, haben aber trotz ihrer Breite und Tiefe einen solchen Grundlagenkonsens nicht ausweisen können, da die Medienethik noch zu sehr in der Phase der Klärung von Grundbegriffen, ethischen Ansätzen und Aufgabenfeldern begriffen ist (vgl. zum Beispiel Karmasin 2002, Wunden 1994, 1996, 1998, und Haller/Holzhey 1992).