

## Kommunikations- und Medienethik

Die medienbezogenen Wissenschaften sind aktuell gefordert, sich mit normativen Aspekten von Medienproduktion und -rezeption zu beschäftigen – dies aber nicht im Elfenbeinturm, sondern in Verbindung mit der Medienpraxis. Das 1997 gegründete „Netzwerk Medienethik“ und die in sachlicher und personeller Nähe zum Netzwerk 2001 gegründete Fachgruppe „Kommunikations- und Medienethik“ der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft (DGPK) stellen sich dieser Herausforderung. Der vorliegende Band ist aus der gemeinsamen Tagung beider Gruppierungen im Februar 2002 in München hervorgegangen. Das Thema war „Begründungen und Argumentationen der Medienethik“. Der Band belegt die Vielfalt der Zugangsweisen zu moralischen Phänomenen im Medienbereich und das Bemühen, einen wissenschaftlich verantwortbaren Weg zwischen Normabstinenz einerseits und einer vorschnellen Bindung an konkrete Handlungsnormen und moralische Werte andererseits zu finden. Ein „Königsweg“ der Begründung medienbezogener moralischer Positionen ist in dem Band nicht zu finden – die Möglichkeit sinnvoller Argumentationen wurde aber auch nicht bestritten. Die Herausgeber Debatin und Funiok geben mit einer präzisen Einführung einen guten Überblick über den Sachstand und den Band. Entscheidend für die – nicht selten in Zweifel gezogene – Wirksamkeit der Medienethik ist ihren Ausführungen zufolge, wie gut es gelingt, ethische Strukturen im Medien-

system und gleichzeitig moralische Orientierungen in den Individuen zu verankern. Eine medienethisch ausgerichtete Ausbildung von Medienberufen ist ihnen dabei ebenso wichtig wie die ethische Durchdringung der Medienpraxis: durch die Einbindung von medienethischen Werten und Grundsätzen in organisationelles Handeln. Dazu muss ein medienethisch sensibilisierter öffentlicher Diskurs treten, der kritisch auf Vorgänge im Mediensystem reagiert. Im ersten Teil des Buches, überschrieben „Grundlagen“, spricht besonders der Versuch der Medienethik-Promovendin Anika Pohla an, eine verbindliche normative Medienethik angesichts schwerwiegender Einwände als nicht gänzlich illusorisch erscheinen zu lassen. Eingeleitet wird dieser Buchteil vom einführenden Vortrag der Tagung: „Der systematische Ort der Medienethik – eine sprachphilosophische Perspektive“. Hans Julius Schneider, Professor für Philosophie an der Universität Potsdam, geht von der pragmatischen Unterscheidung zwischen dem Förderlichen sprachlicher Produktion und dem Schädlichen aus. Gegen „Medienmüll“ und die Oberflächlichkeit des bloß Dahingesagten stellt Schneider die Verantwortung der Medien für das Welt- und Selbstverständnis der Rezipienten. Dort setzt auch E. Bohlken an, der die Nutzerkompetenz betont. R. Leschke stellt – gegen normative Positionierungen – seinen metaethischen bzw. deskriptiven Ansatz. Im zweiten Teil des Buches sind unter dem Titel „Einzelansätze“ fünf Beiträge platziert, die sich mit folgenden Themen befassen: Ironische Ethik öffentlicher Kommunikation nach Luhmann

(A. Filipovic); Medienethik – politische Ethik (K. Weber); Diskursethik (A. Hütig); Ambivalenzen bei Jürgen Habermas (T. Schultz); Scham als medienethische Kategorie (F. Herrmann). Im dritten Teil („Anwendungen“) diskutiert B. Thomaß Prinzipien journalistischer Praxis; W. Wunden befasst sich aus medienethischer Sicht mit dem Kodex des Deutschen Presserates; C. Schicha deckt Widersprüche zwischen Diskurspostulaten und Talkshow-Dramaturgien auf; M. Jäckel und M. D. Reinhardt thematisieren provokante Werbung. P. Grimm schließlich erläutert das Verfahren wertbezogener semiotischer Analyse von medialen Produkten. Wer sich in aktuelle und grundlegende Positionen der Medienethik einlesen und Akteure der deutschsprachigen Debatte auf wissenschaftlichem Niveau kennen lernen will, wird gern diesen Band – mit einem umfangreichen Literaturverzeichnis – in die Hand nehmen. Möglichkeiten, aber auch Grenzen der Grundlagendebatte werden deutlich sichtbar. Prekär bleiben für die Wissenschaft offensichtlich inhaltliche Festlegungen, die auch den Praktikern im Bewertungsgeschäft die Erarbeitung eigener Positionen abnehmen würden. Hinter dieser in dem Band deutlich werdenden Zurückhaltung kann man aber eine um vertiefte Reflexion bemühte Disziplin Medienethik entdecken – in einer Zeit, die an populistischen Argumenten wahrlich nicht arm ist.

Wolfgang Wunden



**Bernhard Debatin/  
Rüdiger Funiok (Hrsg.):**  
*Kommunikations- und  
Medienethik.* Konstanz  
2003: UVK. 29,00 Euro,  
264 Seiten.