

Angewandte Ethik / Bereichsethiken

Gibt es (die) eine Medienethik?

Ein Vergleich der ethischen Anforderungen von Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Bildarbeit und Neuen Medien

Claudia Paganini, claudia.paganini@uibk.ac.at

In Abgrenzung von anlassbezogenen Einzelfallanalysen ist in der gegenwärtigen medienethischen Debatte das Bemühen festzustellen, die einzelnen Bereichsethiken auf wissenschaftlich gesicherten Boden zu stellen. Ebenso wie die interdisziplinäre Ausrichtung der Medienethik jedoch hat die starke Präsenz journalistischer Beiträge dazu geführt, dass Fragen und Antworten aus abweichenden Perspektiven, mit unterschiedlicher Methodologie und – bisweilen – auf inhomogenem Niveau behandelt werden. Die Überlegungen dazu, welche Herausforderungen Medienethik zu bewältigen habe, sind daher zum Teil unerfreulich disparat und längst nicht mit dem in Einklang zu bringen, was einmal als journalistischer Ehrenkodex gelten hatte können. Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Bildarbeit und Neue Medien stehen in derart unterschiedlichen Spannungsfeldern, dass man fragen muss, ob es (die) eine Medienethik geben kann.

Im Ringen um eine Antwort ist es m.E. sinnvoll, zunächst jene Problemstellungen zu thematisieren, die für die genannten Teilbereiche charakteristisch sind. In einem weiteren Schritt soll dann der Versuch einer Systematisierung erfolgen, der hier jedoch nur angerissen werden kann.

1. Anwendungsfelder der Medienethik

Journalismus

Der Journalismus zielt auf das Entstehen und Funktionieren von Öffentlichkeit, gehorcht einer – nicht unbedenklichen – Maxime des Veröffentlichens¹. Er berichtet und kommentiert, befriedigt das Informationsbedürfnis seines Publikums und bringt sich kritisch in das öffentliche Gespräch ein. Insofern Journalisten den Anspruch erhebt, Fakten darzustellen, fordert man von ihnen Objektivität und ein Maximum an Information – was auch die Bereitschaft zur Richtigstellung inkludiert –, zugleich aber Achtung vor dem

¹ H. Pöttker. Öffentlichkeit als Sisyphusarbeit. In: B. Pörksen / W. Loosen / A. Scholl (Hrsg.). Paradoxien des Journalismus. Wiesbaden 2008, 299; R. Funiok. Medienethik. Verantwortung in der Mediengesellschaft. Stuttgart 2007, S.129.

(menschlichen) Berichtsobjekt, Persönlichkeitsschutz² und – im Umgang mit den Quellen – Gründlichkeit der Recherche (versus Geschwindigkeit) bzw. Informantenschutz. Mit Blick auf den Rezipienten wird Sorgfalt und Verantwortungsgefühl erwartet, ganz besonders, wenn es um meinungsbildende Berichterstattung geht.

Umgekehrt berufen sich Journalisten auf die Pressefreiheit, die es gegenüber politischer Einmischung zu erkämpfen gilt, nicht minder jedoch gegenüber Systemzwängen wie dem Ausgeliefertsein an die Logik des Marktes bzw. die Meinung der Rezipienten. Der Zwang zur größtmöglichen (verkauften) Auflage, den größtmöglichen Einschaltquoten, bedeutet Zensur und veranlasst Journalisten, über sachliche Informationsberichte hinaus zu gehen, Sensationen und Skandale zu simulieren und damit die Spannung zwischen den Rechten von Berichtsobjekt und –adressat zumindest vordergründig³ noch zu verschärfen. Wenngleich zu Recht eingemahnt, sind das Verbot von Geschenk- und Vorteilsannahme und die Trennung zwischen PR- und redaktionellen Inhalten nur scheinbar überprüfbar, werden doch die Möglichkeiten zahlender Kunden, sich vermehrt und bevorzugt redaktionelle Aufmerksamkeit zu sichern, in der Praxis deutlich subtiler ausgespielt.

Öffentlichkeitsarbeit und Werbung

Die – als solche deklarierte – Öffentlichkeitsarbeit dagegen ist als interessengeleitete Auftragskommunikation zu definieren, die Vorprodukte für eine anschließende mediale Weiterverarbeitung schafft und auf diese Weise versucht, im Interesse ihrer Auftraggeber Einfluss auf öffentliche Diskussion und Meinungsbildung zu gewinnen. Wenngleich ihr persuasiver Charakter schwächer ausgeprägt ist, zielt sie ähnlich der Werbung darauf ab, die Wettbewerbsposition ihrer Kunden zu verbessern, und steht daher in einem Spannungsverhältnis zu Ansprüchen wie Wahrheit und Nachhaltigkeit. Besonders problematisch ist die – vom Produktionsdruck bedingte – unrecherchierte redaktionelle Übernahme von PR-Beiträgen. Da die Öffentlichkeitsarbeit zumindest zum Teil von der Realität des Faktischen unabhängig Realität schafft, besteht die Gefahr, dass die Fiktion zu einem späteren Zeitpunkt mit realer Vergangenheit verwechselt wird.

Nichtsdestotrotz haben Öffentlichkeitsarbeit und Werbung ihre Berechtigung – mit Blick auf Wirtschaft und Politik ebenso wie mit Blick auf die Medien, als deren (wichtigste) Finanzierungsquellen sie die redaktionelle Arbeit – zumindest zu einem Teil – ermöglichen

² wie die Wahrung der Privatsphäre, Unschuldsvermutung, etc.

³ Vordergründig deshalb, weil eine aufbauscheid tendenziöse Presse – bei näherer Betrachtung – nicht das Recht auf Information zuungunsten des Berichtobjektes aufwertet, sondern sich durch gezielte Desinformation am Objekt und am Konsumenten ebenso schuldig macht.

bzw. durch ihre Wechselwirkung mit dem Journalismus gewährleisten, dass alle drei Teilbereiche ihre systeminternen Aufgaben erfüllen können. Werbung ist Ausdruck ökonomischer Meinungsfreiheit, die an Grenzen stößt, wo sie andere Wirtschaftssubjekte einschränkt oder Menschen in ihrer Persönlichkeit angreift. Dies kann sowohl auf der Ebene der Werbetechnik, als auch auf der Ebene der Werbegestaltung geschehen. Was die Technik betrifft, sind all jene Methoden zu verurteilen, bei denen sich ihr persuasiver Charakter zu einem zwanghaften Einwirken, d.h. zu Manipulation wandelt, wie etwa subliminale, getarnte oder verfälschte Werbung⁴. Im Hinblick auf die Werbegestaltung besteht ethischer Fragebedarf in Bezug auf die Bildarbeit, die Bewertung der beworbenen Produkte und den Umgang mit – als Objekten oder Adressaten – involvierten Menschen, insofern diese in ihrer jeweiligen Situation nicht als Menschen ernst genommen, sondern für ökonomische Zwecke instrumentalisiert und damit missbraucht werden.

Bildethik

Die Bildethik wird nicht selten auf einer vordergründigen Ebene behandelt, wenn etwa die Darstellung von übermäßiger Gewalt, Krieg, Tod etc. diskutiert wird, insbesondere in Medien, die auch in die Hände Minderjähriger geraten können. Von derartigen Skandalbildern abgesehen nämlich präsentieren sich Bilder als professionelle Augenzeugen und Garanten der Wahrheit. Sie vermitteln die Illusion von Unmittelbarkeit und lassen vergessen, dass der Bildrezipient ein Beobachter zweiter Ordnung bleibt, Bilder in hohem Maß menschlichen Einflussfaktoren ausgesetzt und daher im Kommunikationsprozess weniger in einer passiven Zeugenrolle als in einer aktiven journalistischen Rolle zu begreifen sind. In Erwartung der geringen Bildkompetenz der durchschnittlichen Konsumenten wäre von einer verantwortlichen medialen Bildarbeit mindestens eine Kontextualisierung verlangt, die Kennzeichnung von Symbolbildern und sprachliche Aufklärung über die Aufnahmebedingungen⁵, um in einem weiteren Schritt die Forderungen der journalistischen Ethik auch auf den Bildjournalismus anzuwenden.

⁴ Th. Hausmanning. Kritik der medienethischen Vernunft. Die ethische Diskussion über den Film in Deutschland. München 1992, S. 231f.

⁵ H. Isermann / Th. Knieper. Bildethik. In: Ch. Schicha / C. Brosda (Hrsg.). Handbuch Medienethik. Wiesbaden 2010, S. 313.

Neue Medien

Die Neuen⁶ Medien und ihr „unbegrenzter“ Zugang zu „unbegrenzten“ Informationen versprechen dem Konsumenten Freiheit, weisen de facto aber ein starkes Arm-reich-Gefälle bzw. ein kulturelles Ungleichgewicht zugunsten des wirtschaftlich potenten westlichen Denkens auf. Die parallele Existenz schwer zu überprüfender Informationen schafft Überinformation, die – Freiheit beschränkenden – Filtermechanismen ausgesetzt und daher kaum geeignet ist, Wissen und Kenntnis zu ermöglichen. Neben diesen strukturellen Schwierigkeiten ist festzustellen, dass in den digitalen Medien eine Vielzahl von – journalistisch nicht ausgebildeten – Einzelpersonen tätig ist, die Rezipient und Autor in einem sind, dem Irrglauben der Anonymität des www unterliegen und bei denen es sich in steigendem Maß um Minderjährige handelt. Kommt es bereits bei der Werbung zu einer Verschiebung von der Informations- zur Erlebnisfunktion, nehmen Spiel und Unterhaltung in den Neuen Medien einen wichtigen Stellenwert ein, weshalb die Akteure nicht nur zu einem medienethisch verantwortlichen Handeln gegenüber der community zu motivieren, sondern zugleich vor dem eigenen exhibitionistischen Preisgeben ihrer Intimsphäre zu bewahren sind.

Erhebt man nun den Anspruch auf eine die genannten Teilbereich umfassende Medienethik, die auf die konkrete Situation anwendbar, an Veränderungen adaptierbar und zugleich nicht von einer unentschiedenen Letztbegründungsdebatte abhängig ist, stellt sich die Frage, ob die einzelnen Spannungsfelder zu einigen wenigen allgemeinen Schwerpunkten zusammengefasst werden können. Sollte dies nämlich möglich sein, könnte man in einem weiteren Schritt versuchen, eine Prinzipienethik nach dem Vorbild von Tom Beauchamp und James Childress („Principles of Biomedical Ethics“) zu entwickeln

Prinzipienethik

Bevor ich im Folgenden andeuten werde, in welche Richtung ein Prinzipienansatz in der Medienethik führen könnte⁷, soll der *Principlism* eines Tom Beauchamp und James Childress kurz dargestellt und seine Stärken aufgezeigt werden, sowie mögliche Kritikpunkte. Dabei ist zunächst festzuhalten, dass die Prinzipienethik der Tatsache Rechnung zu tragen versucht, dass es in einem komplexen, von weltanschaulich pluralen Akteuren und oft auch empirischen Unsicherheiten geprägten Bereich wie der Medizinethik kaum möglich sein wird,

⁶ Die Bezeichnung „Neue“ Medien ist zwar ein relativer Begriff, erscheint aber gerade deshalb als geeignet, weil sie zugleich, wie sie auf Bestehendes Bezug nimmt, für weitere, noch nicht abschätzbare Entwicklungen offen bleibt.

⁷ Siehe dazu C. Paganini. Medienethik als Prinzipienethik. Gibt es in der Medienethik einen Kernbestand ethischer Ansprüche? In: A. Filipović, M. Jaeckel / Ch. Schicha (Hrsg.). Medien- und Zivilgesellschaft. Weinheim 2012.

mit Fundamentalprinzipien das Auslangen zu finden, noch die eine einzig richtige Lösung zu finden. Vielmehr sollen die groben Umrisse der Moral rekonstruiert und ein Kernbestand an Prinzipien (*common morality*) herausgearbeitet werden, welcher derart unkontrovers ist, dass er von allen Beteiligten gewissermaßen als *overlapping consensus* akzeptiert werden kann. Diese Prinzipien mittlerer Reichweite, die weniger allgemein sind als Fundamentalprinzipien und allgemeiner als kasuistische Regeln, begründen zwar jeweils *prima facie* Pflichten, erfordern im Einzelfall jedoch ein Abwägen gegeneinander bzw. lassen ein solches zu. Damit erleichtern sie die Aufgabe, auf ethisch relevante Probleme eine *well-reasoned response* zu geben und lassen zugleich mutmaßen, dass sie als Kernbestand der Moral selbst in einer pluralistischen Gesellschaft mit all ihren Wandlungen Gültigkeit behalten werden.

Was allerdings als ein Kernbestand der Moral verstanden werden kann, ist keineswegs unkontrovers. Daher setzen sich Beauchamp und Childress im einleitenden Kapitel ihrer „Principles of Biomedical Ethics“ mit den metaethischen Grundlagen ihres Ansatzes – insbesondere mit dem Begriff der *common morality* – auseinander und charakterisieren Moralität als soziale Institution, die uns selbst wie der philosophischen Reflexion vorausgeht. Unter *common morality* verstehen sie dann eine kleine Gruppe von moralischen Normen, die alle Menschen „who are serious about moral conduct“⁸ immer und überall für gültig halten. Diese Normen bzw. die zugrunde liegenden weniger spezifischen Prinzipien fallen in den Bereich der normativen Ethik, nicht der deskriptiven, sind universal und nicht partiell.

Nichtsdestotrotz kann der Zugang zu diesen Prinzipien über die Analyse von Textzeugnissen – Gesetzestexte, Standes-Kodizes oder Selbstverpflichtungserklärungen – erfolgen. Diese sind zwar partiell, weil sie auf die konkreten Erfordernisse einer Bereichsethik abzielen, können aber darauf hin untersucht werden, welche Prinzipien von universaler Geltung ihnen zugrunde liegen. Auch fällt die Beschreibung solcher Textzeugnisse in den Bereich der deskriptiven Ethik, jedoch erfolgt die Analyse dessen, was für gültig gehalten wird, mit dem normativen Interesse offenzulegen, welche Vorschriften und Prinzipien zu Recht Gültigkeit beanspruchen dürfen.

Als solche Prinzipien nennen Tom Beauchamp und James Childress Nichtschädigung (*nonmaleficence*), Selbstbestimmung (*autonomy*), Fürsorge (*beneficence*) und Gerechtigkeit (*justice*). Das Prinzip der Nichtschädigung untersagt es, anderen Schaden an Leben, Leib oder Eigentum zuzufügen bzw. sie in dieser Hinsicht hohen Risiken auszusetzen. Es verbietet zugleich psychische Schädigung wie Demütigung oder Eingriffe in die Privatsphäre und steht

⁸ T. Beauchamp / J. Childress. Principles of Biomedical Ethics. New York ⁶ 2009, S. 4.

insofern an erster Stelle, als ihm im Fall der Kollision zwischen mehreren Prinzipien der Vorrang zukommt. Das Prinzip der Selbstbestimmung betont die individuelle Wahlfreiheit und richtet sich zum einen gegen die Anwendung von Zwang, zum anderen gegen Bevormundung, wenn diese auch gut gemeint sein sollte.

Im Unterschied zu den Prinzipien Nichtschädigung, Selbstbestimmung und Gerechtigkeit, die an alle Akteure gerichtet sind, begründet das Prinzip der Fürsorge im hohen Maß Sonderpflichten der medizinischen Berufe. Über die Nichtschädigung hinaus meint Fürsorge die Bereitschaft, sich in eine Notlage geratenen Menschen zuzuwenden und ihnen zu helfen, unabhängig davon, ob ihr Leid auf schicksalhafte Faktoren, Fremdeinwirkung oder Selbstverschuldung zurück zu führen ist. Analogien zum Gebot der Nächstenliebe mögen zwar vorhanden sein, sind aber nicht unproblematisch, soll eine breite Akzeptanz erreicht werden. Konsensfähig erscheint das Prinzip der Fürsorge nämlich lediglich in einer schwachen Form, die gebietet, Menschen in Not – in einem zumutbaren Ausmaß – Hilfe zukommen zu lassen. Auch das Prinzip der Gerechtigkeit ist in einem schwachen Sinn zu verstehen, einerseits nämlich als Fairness, andererseits als Gleichbehandlung, die jedem Menschen *prima facie* zusteht, es sei denn, es gibt gute Gründe für eine Ungleichbehandlung. Im Fall einer konkreten Entscheidung also sind diese Prinzipien – wie bereits gesagt wurde – gegeneinander abzuwägen und zu gewichten, im Umgang mit unsinnigen Therapiewünschen etwa das Prinzip der Autonomie mit dem der Gerechtigkeit, um nur ein Beispiel zu nennen.

Eine der Stärken des *Principlism* ergibt sich aus dem Umstand, dass Beauchamp und Childress ihre Prinzipien aus einer Rekonstruktion der Umriss geltender Moral ableiten und nicht durch ein deduktiv verfahrenes Moralsystem gewinnen, dessen Fundamentalprinzipien unweigerlich der Letztbegründungs- bzw. Universalisierbarkeitsdebatte ausgesetzt wären. Zwar kann der *Principlism* nicht mit fertigen Problemlösungen aufwarten, noch gelten seine Prinzipien bedingungslos – sondern müssen vielmehr für Ausnahmen offen bleiben –, jedoch ist ihm in seinem minimalistischen Ansatz quer durch die verschiedenen weltanschaulichen Lager eine hohe Akzeptanz und – damit einhergehend – die Relevanz für die Praxis gewiss.

Außerdem gelingt es den beiden Denkern mithilfe ihrer Prinzipien eine Brücke zwischen den traditionellen und den modernen Inhalten der Medizinethik zu schlagen, zwischen den Forderungen einer historisch gewachsenen Standesethik, die sich als Konkretisierung der genannten Prinzipien deuten lassen, und den Anforderungen der komplexen biomedizinischen Gegenwart. So lässt sich etwa die ärztliche Verschwiegenheitspflicht, wie sie der hippokratische Eid festlegt, als Konkretisierung von Nichtschädigung und Autonomie verstehen. Zugleich können medizinisch neue und ethisch

problematische Fragestellungen wie etwa der Embryonenforschung mithilfe der Prinzipien Nichtschädigung, Selbstbestimmung, Fürsorge und Gerechtigkeit klarer strukturiert, analysiert und – möglicherweise – beantwortet werden. Damit aber zeigt sich bereits ein weiterer Vorteil des *Principlism*:

Da seinen Prinzipien eine mittlere Reichweite zukommt, sie nicht jedes für sich uneingeschränkt gelten, sondern gegeneinander abgewogen werden müssen, gelingt es dem *Principlism*, auf geänderte Anforderungen zu reagieren. Und zwar sowohl im Hinblick auf die ethisch relevanten Problemfelder als auch auf die betroffenen Personengruppen, zu denen als Akteure längst nicht mehr bloß die Ärzte zählen, sondern Wissenschaftler, Pflege- und Verwaltungspersonal, Gesundheitspolitiker, Angehörige, ja selbst die Patienten.

Trotz der breiten Akzeptanz, die der *Principlism* im Bereich der Medizinethik erfährt, wird bisweilen kritisiert, dass die Suche nach einer *well-reasoned response* die Gefahr der schrittweisen Aufweichung der Ethik und der Kapitulation vor der normativen Kraft des Faktischen mit sich bringe. Eine derart minimalistische Ethik könne allzu leicht zu einer systembegleitenden Beschwichtigungsethik verkommen, die angesichts von Verschiebungen innerhalb des gesellschaftlichen Empfindens, über kurz oder lang beinahe alles rechtfertigen würde.

Die Gefahr der Aufweichung ist m.E. durchaus ernst zu nehmen. Der Umstand, dass in eine bestimmte Richtung Achtsamkeit geboten ist, bedeutet aber nicht, dass die Ideen von Tom Beauchamp und James Childress nicht weitergedacht werden sollen und dürfen. Insbesondere deshalb, weil die Möglichkeit einer zu großen Toleranz bei stärker kasuistischen Modellen nicht geringer ist. Sicherheit gegen den Wandel der Zeit und der Gesellschaft bietet dagegen eine auf Fundamentalprinzipien aufbauende Ethik, die allerdings ihre Sicherheit um den Preis der notorisch umstrittenen Begründbarkeit bzw. einer gewissen Starrheit und Ergänzungsbedürftigkeit gegenüber der Praxis erkauft. Probleme also, die gerade innerhalb einer Bereichsethik, die wesentlich von Professionisten des jeweiligen Bereichs mitentwickelt wird, zum Tragen kommen. Andere Kritikpunkte betreffen den Prinzipienbegriff des *Principlism* selbst, den hohen Abstraktionsgrad, den unzureichenden Kontextbegriff sowie die US-amerikanische Dominanz – sollen an dieser Stelle aber nicht diskutiert werden.

Ertrag für die Medienethik

Im Bemühen um eine die eingangs genannten Teilbereiche umfassende Medienethik erscheint es als lohnender Versuch, Prinzipien mittlerer Reichweite auszuarbeiten, d.h. zu

fragen, ob es möglich ist, die Spannungsfelder der Medienethik zu einigen wenigen allgemeinen Schwerpunkten zusammenzufassen.

Medienarbeit bedeutet Veröffentlichen und zwar in erster Linie im professionellen Bereich. Denn Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit und Werbung bestehen eben gerade darin, Informationen, Fakten und Meinungen öffentlich zu machen und sie – den kleinen Kreis der involvierten Personen verlassend – nach außen zu tragen. Insofern erscheint die Logik des Veröffentlichens gewissermaßen das Proprium der professionellen Medienarbeit zu sein, eine Logik mit starker Eigendynamik, die interessanter Weise nicht minder den Bereich der privaten Medienarbeit – insbesondere den der Bildarbeit und den Umgang mit Neuen Medien – bestimmt. Fragt man sich, warum Privatpersonen zunehmend großes Interesse daran haben, alltägliche Details, intime Bekenntnisse usw. ins Netz zu stellen, in Wort und Bild der Allgemeinheit zugänglich zu machen, stößt man zunächst auf den Drang der Menschen, ihr Tun zu dokumentieren.

Bereits in primitiven Kulturen hat man überraschend viel an Arbeitskraft und Material eingesetzt, der eigenen Existenz Denkmäler zu setzen, Eroberer aller Zeiten haben auf dem von ihnen erschlossenen Neuland – auf Kontinenten ebenso wie auf Berggipfeln – Zeichen hinterlassen. Ob das menschliche Bestreben nach Dokumentation sich im Auflehnen gegen die Vergänglichkeit begründen lässt, ist hier nicht relevant. Was auffällt, ist jedoch, dass der rasante technische Fortschritt der jüngeren Vergangenheit, die Möglichkeiten der Selbstdarstellung und Inszenierung auf beeindruckende Art und Weise vermehrt hat. In weiterer Folge erscheinen gerade die Neuen Medien als idealer Ort, die Selbst-Dokumentation durch den Gewinn an Öffentlichkeit noch bedeutsamer und bleibender werden zu lassen.

Wenn der Öffentlichkeitscharakter nun aber ein Proprium des Medialen ist und zwar quer durch alle Teilbereiche, könnte man geneigt sein, als ein Prinzip der Medienethik die Veröffentlichung einzusetzen, insbesondere, weil ein solches Prinzip gut mit einer traditionellen ethischen Forderung des Journalismus, nämlich der Pressefreiheit, korrespondieren würde. Andererseits könnte man einwenden, dass Veröffentlichung aufgrund der engen Verknüpfung mit dem Phänomen des Medialen und der starken Eigendynamik des Veröffentlichens eben gerade kein Prinzip sein sollte, sondern es viel mehr darum gehen müsste, dem Veröffentlichen sinnvolle Grenzen zu setzen. Zugleich scheint aber offensichtlich, dass es eines geeigneten Prinzips bedarf, um etwa die Anwaltschaft für den Journalisten zu übernehmen, wenn es darum geht, öffentlich zu machende Tatsachen und Meinungen gegen die verschiedenen Formen der Zensur zu verteidigen bzw. – allgemeiner gesprochen – die Qualität und die Offenheit des öffentlichen Diskurses sicher zu stellen.

Anstelle von Veröffentlichung oder Veröffentlichens könnte daher über das Prinzip Öffentlichkeit nachgedacht werden. Ein solches Prinzip würde nämlich nicht ein wahlloses; zwanghaftes Veröffentlichens belangloser oder gar privater bzw. intimer Inhalte legitimieren, müsste jedoch sehr wohl gegen negative Formen der Öffentlichkeit – wie sie etwa Jürgen Habermas in „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ skizziert⁹ – abgegrenzt werden.

Konsens dürfte – dessen ungeachtet – dahingehend bestehen, dass die Logik des Veröffentlichens nicht uneingeschränkt gelten darf. Im Umgang mit Menschen, die Objekte des Veröffentlichens, Informanten oder Adressaten sind und die man vor dem Preisgeben ihrer Privatsphäre, gegen Manipulation etc. bewahren muss, scheint das Prinzip der Nichtschädigung zunächst vielversprechend. Fasst man das Schädigen sehr weit, sodass es alle Formen psychischen Schadens bzw. Verletzung der Integrität umfasst, könnten sogar noch Fälle exhibitionistischer Selbst-Preisgabe erfasst werden. Jedoch stößt man hier bereits an die Grenzen der Nichtschädigung – insofern die Medienethik im Blick ist. Zum einen ist nämlich fraglich, ob Nichtschädigung in Bezug auf mediale Selbstdarstellung nicht derart weit gefasst werden muss, dass der Begriff als Prinzip an Schärfe und Prägnanz verliert. Zum anderen gibt es im Bereich der Medienarbeit Fälle, wo Nichtschädigung zu kurz greift, es nichtsdestotrotz aber um den Schutz von Menschen geht. Ich denke dabei einmal an die Werbung, wenn Menschen – durchaus freiwillig, bezahlt und in geeignetem Rahmen – zu einem ökonomischen Zweck medial inszeniert werden, ihnen zwar kein Schaden zugefügt wird, sie aber nicht Zweck, sondern bloß Mittel sind, es nicht um sie als Menschen geht, sondern darum, welcher Gewinn (durch sie) erzielt werden kann.

Diese Problemstellung ist durchaus keine Eigenart der Werbung allein. Denn auch Journalisten verfassen bisweilen Beiträge über Menschen, nicht so sehr deshalb, weil ihnen der jeweilige Mensch ein Anliegen ist oder weil sie ihm und seinem einmaligen Schicksal in ihrem Artikel gerecht werden wollen, sondern weil sie – möglicherweise – bemüht sein müssen, durch spannende Berichterstattung ihre eigene Position gegenüber Chefredakteur und Kollegen abzusichern. Was schließlich die Bildarbeit betrifft, scheint der Anspruch der Nichtschädigung für ihre spezifischen Problemstellungen ebenfalls nicht passend zu sein. Nicht überall, wo eine bildhafte Darstellung einem Menschen in seiner Würde und Einzigartigkeit nicht gerecht wird, entsteht ein Schaden. Will man die unterschiedlichen Möglichkeiten und Notwendigkeiten, Menschen in der Medienarbeit zu schützen, erfassen, wäre es m.E. besser, von Respekt zu sprechen bzw. die verschiedenen ethischen

⁹ J. Habermas. Strukturwandel der Öffentlichkeit: Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Frankfurt am Main 1990.

Anforderungen dahingehend zu analysieren, ob sie – unter anderem – auf das Prinzip Respekt zurückgeführt werden können.

Das Prinzip Autonomie weiters kann aktiv verstanden werden im Sinn von Pressefreiheit, dem Recht von Organisationen, Unternehmen oder Politikern, die eigene Position mithilfe der Öffentlichkeitsarbeit darzustellen, dem Recht von Wirtschaftssubjekten auf Werbung usw.. Autonomie kann aber auch passiv verstanden werden, denkt man an die Objekte medialer Äußerungen und an den Umstand ihrer Schutzbedürftigkeit. Welchen Stellenwert man der Autonomie einzuräumen bereit ist, wird wesentlich davon abhängen, wie die Entscheidung hinsichtlich eines (möglichen) Prinzips der Öffentlichkeit gefällt wurde. Denn Autonomie in einem passiven Sinn könnte auch über die Forderung des Respekts abgedeckt werden. Im aktiven Sinn einer medialen Selbstverwirklichung verliert das Prinzip Autonomie an Bedeutung, wenn man Öffentlichkeit als Prinzip ansieht und würde umgekehrt als Prinzip notwendig, wenn Öffentlichkeit lediglich als Charakteristikum der Medienarbeit gesehen werden sollte.

Was die Medizinethik betrifft, wurde festgehalten, dass unter jenen vier Prinzipien mittlerer Reichweite, die Tom Beauchamp und James Childress anführen, das der Fürsorge am stärksten mit den spezifischen Anforderungen des Anwendungsfeldes korrespondiert. Im Hinblick auf die Medienethik nun scheint sich das Prinzip der Wahrheit anzubieten, der ethischen Eigenart des Medialen gerecht zu werden. Sowohl die Alltagsintuition als auch der Gesetzgeber betonen das „Prinzip“ Wahrheit, wenn beispielsweise Richtigstellung gefordert wird etc. Will man Wahrheit aber tatsächlich als Prinzip einer rekonstruktiven Ethik einführen, entstehen verschiedene Schwierigkeiten. Einmal ist die Wahrheit nicht ohne weiteres zu erkennen, sondern zu ergründen, und es ist fraglich, ob etwas zu Ergründendes zugleich maßgebend bzw. moralisch verpflichtend sein kann. Dieses Problem könnte man allerdings umgehen, wenn man statt von Wahrheit von Richtigkeit spricht und dabei daran denkt, ob Fakten korrekt dargestellt werden usw.

Doch auch ein Prinzip Richtigkeit wäre m.E. zu stark und deckt – bei näherer Betrachtung – lediglich den kleinen Teil eines informierenden Journalismus ab. Bereits im Hinblick auf den meinungsbildenden Journalismus greift die Forderung nach Richtigkeit nicht, denn es werden keine Fakten berichtet, die richtig oder falsch sein könnten; ähnlich bei Öffentlichkeitsarbeit und Werbung, wo es sich immer um eine perspektivische Darstellung handelt. Was die Bildarbeit und jenen Teil der Neuen Medien betrifft, der nicht aus journalistischen Inhalten besteht, ist schließlich unklar, wie Richtigkeit überhaupt festgestellt werden soll. Ähnliches gilt für die Forderung der Objektivität, die dort, wo sie gefordert ist,

schwer festzustellen ist und in anderen – mengenmäßig deutlich größeren – Teilbereichen des Medialen gar nicht intendiert ist. Zielführend könnte jedoch sein, sich über das Prinzip Transparenz Gedanken zu machen, und darüber, inwiefern die Forderung, Fakten als Fakten auszuweisen, Meinung als Meinung, Inszenierung als Inszenierung usw., für eine Medienethik sinnvoll sein kann.

Bei einer ersten knappen Systematisierung der eingangs dargestellten Problemstellungen fällt also auf, dass sich in den Anwendungsfeldern Journalismus, Öffentlichkeitsarbeit, Werbung, Bildarbeit und Neue Medien sehr wohl Parallelen feststellen lassen, was als Voraussetzung für eine die unterschiedlichen Teilbereiche umfassende Medienethik gelten darf. Ob die hier in aller Kürze skizzierten Angelpunkte tatsächlich geeignet sind, als Prinzipien mittlerer Reichweite eingeführt zu werden oder ob eine ausführlichere Untersuchung andere Ergebnisse mit sich bringen würde, muss an dieser Stelle offen bleiben. Auch müsste – für eine konsequente Entwicklung einer rekonstruktiven Medienethik – der Prinzipienbegriff von Beauchamp und Childress bzw. das Verhältnis zwischen Prinzipien und Normen hinterfragt und präziser herausgearbeitet werden. Da all dies auf diesen Seiten nicht geschehen konnte, versteht sich der vorliegende Beitrag primär als Anregung für die Diskussion, als vorläufiges Fazit, das durch eigene Forschungsarbeit und Diskussion in der Zukunft noch verfeinert werden soll und wird.