

**Christian Schicha, Carsten Brosda (Hrsg.): Handbuch Medienethik**

Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften, 580 S., ISBN 978-3-531-15822-8, 49,95.

Die als ‚umfassender Überblick‘ gedachte Veröffentlichung hat den Anspruch, sowohl theoretische Grundsatzfragen als auch berufspraktische Problembereiche der Medienethik kritisch aufzuzeigen. Die Herausgeber haben sich dabei vor allem die ‚Systematisierung‘ des Forschungsbereichs zum Ziel gesetzt, da dieser bisher eher ein ‚Schattendasein‘ in Deutschland führt. Wer daher eine kritische Bilanz der mittlerweile recht umfassenden und in der heutigen ‚Mediengesellschaft‘ zunehmend relevanter werdenden Beschäftigung mit Medienethik sowie neue Impulse als auch neue theoretische Bezugsrahmen für die Diskussion erwartet, wird daher etwas enttäuscht werden. Nichtsdestotrotz – so sei es vorausgeschickt – verdeutlicht nicht nur der Umfang (580 Seiten) und die Vielzahl an Beiträgen, dass es sich um eine unverzichtbare Quelle zur Medienethik für Studierende, Dozenten, Medienschaffende und am Fachdiskurs interessierte Vertreter aus Politik oder Zivilgesellschaft handelt.

Die Autoren des Handbuchs kommen aus dem Umfeld des Netzwerkes Medienethik und der Fachgruppe Medienethik der Deutschen Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft und repräsentieren ein ‚who is who‘ der kommunikationswissenschaftlichen Forschung zur Medienethik. Diese wird daher in diesem Band vor allem vor dem Hintergrund öffentlicher und damit hauptsächlich massenmedial vermittelter Medienkommunikation verstanden: also die medienethische Bewertung und die Normen des Mediensystems der verschiedenen Medienorganisationen und -akteure sowie deren spezifische Berichterstattung, Veröffentlichungen oder Programme. Ein Großteil der Autoren versteht und konzeptionalisiert damit verbunden den Journalismus als Hauptträger und Adressat von Medienethik (was einige Redundanzen hervorruft).

Das Handbuch gliedert sich insgesamt in sieben Abschnitte, die wiederum mehrere Kapitel umfassen. Der erste Abschnitt widmet sich den sogenannten „Begründungen“ der Medienethik. Christian Schicha setzt sich einleitend mit den verschiedenen theoretisch-philosophischen Begründungs- und Anwendungsstrategien und ihrer medienethischen Spezifik auseinander. Neben der Skizzierung verschiedener Ethiken im Bereich der Medienethik werden auch eher allgemeine Zugänge wie z.B. der Konstruktivismus und die Systemtheorie, aber auch spezifischer Zugänge wie die *Cultural Studies* und Theologie vor dem Hintergrund ihrer jeweiligen medienethischen Foki und Brauchbarkeit diskutiert.

Der zweite Abschnitt widmet sich den „Institutionen“ der Medienethik. Gemeint sind damit journalistische Redaktionen, das Prinzip der Selbstkontrolle (z.B. Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen), der Presserat, die ‚Medienunternehmung‘ und das Publikum. Friedrich Krotz fokussiert hier abschließend die Rolle der Zivilgesellschaft – ein medienethischer Akteur, der in der Forschung wie auch im Praxisdiskurs viel zu wenig Berücksichtigung findet. Die von ihm skizzierte zunehmende Mediatisierung, Individualisierung und Ökonomisierung unseres (Medien-)Alltags machen eindrucksvoll deutlich, dass Medienethik, verstanden als eine ständige Reflexion unseres alltäglichen Medienhandelns in seiner ganzen Komplexität, zunehmend gerade auch aus gesellschaftspolitischer Perspektive, relevanter wird. Medienethik kann sich somit nicht mehr – wie oftmals in öffentlichen Diskursen – allein auf die Bewertung problematischer Medieninhalte wie Pornographie oder Gewalt beschränken, sondern muss folgerichtig als umfassend verstandene Kommunikationsethik verstanden werden, die sich u.a. auch auf das problematische Geschäftsgebahren von Microsoft oder Google, dubiose Klingeltonabonnements, Datenschutz, Überwachung etc. beziehen muss.

Die untereinander nicht immer trennscharfen weiteren Abschnitte des Handbuchs werfen einen instruktiven und detaillierten Blick auf die verschiedenen Spannungsfelder zwischen Ideal- und Praxisnormen im Bereich der Medienethik – zum Teil abstrakt auf der Ebene gesellschaftlicher Kommunikationsbereiche (Journalismus, Public Relations, Werbung etc.), deren Medienlogiken wie z.B.

Profitorientierung oder konkret an manifesten Fallbeispielen wie Medienskandalen, Zensur, Kriegsberichterstattung oder Sportjournalismus. Je nach Autor werden dabei entweder theoretisch-systematische oder praktisch-anwendungsbezogene Perspektiven in den Vordergrund gerückt. Vielfach wird für eine Ethik plädiert, die das Konzept der Verantwortung in den Mittelpunkt rückt. Ausführliche Länderfallstudien sowie eine kommentierte Auswahlbibliographie schließen das Handbuch ab.

Die Fülle an Materialien kann hier nur rudimentär aufgezeigt werden. Die Kritik am Sammelband liegt daher im Detail und in der Fokussierung der Herausgeber auf eine (Massen-)Medienethik, die in einer eventuellen Neuauflage überdacht werden könnte: (1) Der im Beitrag von Krotz skizzierte Kultur- und Medienwandel macht deutlich, dass Medienethik heutzutage komplexer denn je zu verstehen ist. So ist u.a. der Einfluss der neuen Medien bzw. die Digitalisierung stärker mitzubedenken. Medienethik kontextualisiert sich hier als Internetethik, aber auch als Informations- und Computerethik. Neue relevante medienethische Fragestellungen sind daher u.a., wie die sozialen Folgen der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, die Entwicklung der Informationsgesellschaft und der vernetzten Weltgesellschaft zu bewerten und zu lösen sind. Das Potential der neuen Medien transformiert auch die Fragestellungen, Institutionen und Prozesse klassischer Medienethik (z.B. [www.programmbeschwerde.de](http://www.programmbeschwerde.de)), deren Implikationen nur ansatzweise im Handbuch aufgezeigt oder geklärt werden. Der knappe Beitrag „new media ethics“ von Bernhard Debatin erscheint angesichts der komplexen Problematik des Feldes dann eher als vereinzelter ‚Tropfen auf den heißen Stein‘. (2) Neben der Digitalisierung der Medienethik wäre auch die zunehmende Transnationalisierung der Medienkultur stärker analytisch zu berücksichtigen. Die im Handbuch vollzogene Fokussierung allein auf nationale und die Vernachlässigung europäischer bzw. globaler Perspektiven wird m.E. der Komplexität der aktuellen medienethischen Fragestellungen nicht vollständig gerecht. (3) Medienethik kann auf eine Vielzahl methodischer Instrumentarien sowohl für die wissenschaftliche Analyse als auch für eine Hilfestellung in der Berufspraxis zurückgreifen (z.B. Potter-Box oder diverse Programmanalysen der Medienforschung). Diese Werkzeuge werden ausgeklammert, ebenso die Institutionalisierung der Medienethik in der Schule, in universitärer Lehre oder beruflicher Weiterbildung, die eine wichtige Theorie-Praxis-Verschränkung darstellen. Im Falle einer Zweitauflage würde auch eine zusätzliche Dokumentation wichtiger Internetadressen, ein Glossar und ein Register dem Charakter eines Handbuches entsprechen.

Jeffrey Wimmer (Ilmenau)