

### **Klaus Günther: Fairneß in den Medien**

Münster: agenda Verlag 1999, 99 S., ISBN 3-89688-046-2, DM 19,80

Mit seinem knappen Buch *Fairneß in den Medien* wendet sich Klaus Günther nach eigenem Bekunden vor allem an Menschen, die in und für Medien arbeiten und moralische Maßstäbe für die tägliche Arbeit suchen bzw. sich ihrer vergewissern möchten. „Welche Rücksichtnahme verdienen Menschen, die zum Gegenstand meiner Kommunikation werden? Welche stilistischen Mittel – sprachliche Mittel, Bild- und Geräuschmaterial – darf ich verwenden? Was darf ich dem Publikum meiner Kommunikation zumuten?“ (S.7) Leider bleiben die Antworten darauf weitgehend allgemein und skizzenhaft. Trotz seines praktischen Anspruchs beginnt der Autor mit einer weit ausholenden moraltheoretischen Diskussion. Er versucht, auf wenigen Seiten die Tradition von Tugendkatalogen, Gesellschaftsverträgen und Menschenrechten darzustellen und zum Ausgangspunkt für seine medienethischen Überlegungen zu nehmen. Die Auswahl an Autoren mutet etwas beliebig, die Darstellung ihrer Positionen flüchtig und der Zusammenhang zur Medienpraxis ein wenig künstlich an. Außerdem bleiben die Anforderungen an journalistisches Handeln, die aus der Darstellung abgeleitet werden, so allgemein, dass davon kaum mehr Orientierung zu erwarten sein dürfte als vom etablierten Pressekodex.

Das aus den Werken von René Girard und Michel Foucault entwickelte Konzept der „Sympathie-Fairneß als einfühlungsgenaue Ermittlung von Handlungsfolgen“ gebiete nicht nur Recherchegenauigkeit, sondern vor allem die Beachtung der inneren Verletzlichkeit der „Medienobjekte“ (S.27). Bedeutsam scheint der Grundsatz, „aus Gründen der Fairneß auch einmal zu schweigen“ (S.39). Anschauungsmaterial liefert das Buch anhand von fünf „Arenen des Versagens und der Bewährung“ (S.41ff.). Bei diesen Arenen handelt es sich um verbreitete Konfliktmuster: Einheimisch gegen Fremd, Gesund gegen Krank, Jung gegen Alt, Männlich gegen Weiblich, Reich gegen Arm. Für diese Konstellationen erläutert Günther medienethisches Versagen und Gelingen mit Hilfe einiger Beispiele aus der Medienberichterstattung. Die ausgesuchten Beispiele sind rein illustrativ. Am Todesfall von Petra Kelly und Gert Bastian wird zum Beispiel plausibel gezeigt, wie durch Berichte über Details ihrer Partnerschaft die gebotene Rücksicht auf die Trauernden missachtet wurde. „Sympathie-Fairneß“ bedeute insgesamt, sich „in die Lage von Ohnmächtigen hineinzusetzen und dazu beizutragen, dass diese vor den Zumutungen der Mächtigen bestehen können“ (S.52).

Freilich stehen solche Postulate vor dem Problem ihrer Realisierbarkeit angesichts organisatorischer und ökonomischer Bedingungen und Zwänge des Journalismus. Während Günther eine rein personalistische Sicht des Medienbetriebs ablehnt, rechnet er doch mit der Urteilskraft und dem Handlungsspielraum einzelner Menschen und Gruppen. Diese Perspektive versucht er am Schluss gegenüber systemtheoretischen Ansätzen einzuklagen. Wie in den übrigen Teilen bleibt die Abhandlung auch an dieser Stelle leider relativ schematisch.

Tanjev Schultz (Bremen)