

Charmaine Voigt

Sammelrezension: Medienethik

2021

<https://doi.org/10.25969/mediarep/15828>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Voigt, Charmaine: Sammelrezension: Medienethik. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 38 (2021), Nr. 1, S. 108–110. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/15828>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung 3.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution 3.0/ License. For more information see:

<http://creativecommons.org/licenses/by/3.0/>

Sammelrezension: Medienethik

Christian Schicha: Medienethik: Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen

München: UVK 2019 (Reihe UTB Medien- und Kommunikationswissenschaft 5102), 321 S., ISBN 9783825251024, EUR 19,99

Charles Ess: Digital Media Ethics. 3rd Edition

Cambridge: Polity Press 2020 (Digital Media and Society Series), 333 S., ISBN 9781509533428, EUR 67,80

Der Wertediskurs über Medien und deren Darstellungen ist als angewandte Bereichsethik immanenter Bestandteil der Medienausbildung. Daraus resultiert eine umfangreiche Publikationsliste zur Einführung in die Medienethik, die aufgrund fortwährender medientechnologischer Entwicklungen und dem damit einhergehenden gesellschaftlichen Wandel einer stetigen Aktualisierung bedarf. Die vorliegenden Monographien von gleichermaßen erfahrenen Gelehrten der Disziplin erweitern diesen medienethischen Lehrbuchkanon. In

beiden Fällen handelt es sich um einen Anschluss an bereits erschienene Titel.

Christian Schicha eröffnet mit der Neuerscheinung einmal mehr das Feld für Einsteiger_innen. Sie unterscheidet sich zu seinen Mitherausgeberschaften wie *Medienethik zwischen Theorie und Praxis* (2000) und *Handbuch Medienethik* (2010) in ihrem Überblickscharakter. Der Autor dekliniert in drei Abschnitten entsprechend des Titels (Grundlagen, Anwendungen, Ressourcen) und 14 Kapiteln die Normen der Mediengesellschaft durch. Jedes Kapitel endet mit der Nennung

zugehöriger Literatur, die am Ende des Buches sortiert nach Publikationsarten erweitert und kommentiert wird (vgl. S.307). Die Grundlagen dienen zur Erklärung medienethischer Kernbegriffe, wie beispielsweise Qualität, und leiten zu verschiedenen Anwendungsfeldern vorrangig des Journalismus, aber auch der PR, Werbung und Unterhaltungsindustrie hin. Klassische, weil einprägsame Praxisbeispiele, wie die *BILD*-Schlagzeilen „Wir sind Papst“ (S.109) und „Die Sex-Akte Türck“ (S.112) werden zur jeweiligen medienethischen Diskussion herangezogen, hier über die Doppelmoral der Boulevardberichterstattung. Kapitel 6 „Bildethik“ beschäftigt sich mit den Fragen der Bildmanipulation (vgl. S.128ff) und wie Journalist_innen mit Fotos von Verstorbenen (vgl. S.130ff) umgehen sollten. Die gleichnamige Monographie, an der Schicha momentan arbeitet, lässt eine Vertiefung des Themas erwarten. Kapitel 12 „Internetethik“ (vgl. S.227ff) führt aktuelle Diskussionen über Algorithmen, Social Bots und Datensouveränität ein.

„Digital Media Ethics“ schließt dort an, wo Schichas Anwendungsfelder enden. Das Lehrbuch richtet sich an „all of us who are neither technology professionals nor philosophically trained ethicists“ (S.xi). Charles Ess, Professor auf dem Grenzgebiet zwischen Computertechnologie und angewandter Ethik an der Universität Oslo, ist Mitherausgeber des interdisziplinär angelegten *Handbook of Internet Studies* (2011), dessen erster Teil ebenfalls Medienethik diskutiert. Die dritte Auflage wurde nicht nur um aktuelle Fallbeispiele, wie dem

Cambridge-Analytica-Skandal erweitert (vgl. S.164f). Seit der ersten (2009) und zweiten Ausgabe (2012) haben sich auch Gesetzesgrundlagen verändert, wie die datenschutzrechtlichen Bestimmungen in der EU (vgl. S.69f). Zudem haben sich neue Problematiken des Informationszeitalters etabliert, wie Sexbots: „as [they] are overwhelmingly female, they thereby inscribe and reinforce traditional attitudes of male dominance and female subordination“ (S.193). Die Überarbeitung der sechs Kapitel behält die zentralen Gesichtspunkte der digitalen Medienethik zu Beginn und den Stichwort-Index am Ende als Rahmung des Buches bei. Geblieben ist auch der „overview of the most commonly used theoretical frameworks for ethical analysis and decision-making“ (S.215). Diese philosophischen Grundlagen reichen vom Utilitarismus über Deontologie bis hin zur konfuzianischen Ethik.

Die Stärken des deutschsprachigen Lehrbuchs liegen in der kurzweiligen und übersichtlichen Darstellung des Themas. Es werden zentrale Definitionsansätze zusammengefasst und gleichzeitig neu anmutende Phänomene wie Fake News historisch verortet (vgl. S.85ff). Ressourcen, wie Unterrichtsmaterialien (vgl. S.96) und eine Liste medienethischer Initiativen (S.297), geben den Nutzer_innen zahlreiche Anregungen zur weiterführenden Recherche. Kritikpunkte betreffen die Struktur und Auswahl der Teilaspekte. So ist die Überschrift „Moraldiskurse im Film“ (Kapitel 10) missverständlich, geht es hier doch vordergründig um Fernsehserien, wie in der Analyse

der US-amerikanischen Qualitätsserie *Breaking Bad* (vgl. S.211ff). Warum wesentliche Institutionen der Medienkontrolle (Kapitel 13) erst am Ende und unter Auslassung der Landesmedienanstalten, Rundfunkräte und der Freiwilligen Selbstkontrollen besprochen werden, bleibt unklar (vgl. S.279ff). Keiner der Autoren erhebt Anspruch auf eine allumfassende thematische Darstellung, was in unserer digitalen Schnelllebigkeit auch nicht zu erwarten ist. Doch gerade basale Anwendungsfelder des Jugendmedienschutzes und die mediale Darstellung von Suizid sollten in einer Einführung stärker vertreten sein. Ess verbindet diese Punkte in seinem Eingangsbeispiel über den von Cybermobbing ausgelösten Selbstmord der 15-jährigen Amanda Todd (vgl. S.2) und schreibt der Thematik somit einen höheren Stellenwert zu. Seit dem Erscheinen beider Titel sind unter anderem die Folgen von Sharenting – also dem Teilen von Bildern und Informatio-

nen über die eigenen Kinder auf Social Media Plattformen – oder auch der virale Triumph von Verschwörungstheoretiker_innen in Zeiten der COVID-19-Pandemie medial präsent, um nur einige zu nennen. Dahingehend gibt es genügend Anlass und Material für zukünftige Auflagen. Ess' didaktischer Ansatz ist herauszustellen. Jedes Kapitel wird zunächst vorbereitend zusammengefasst und um zahlreiche Reflektions-/Diskussionsfragen ergänzt, was nicht nur den Unterrichtseinsatz erleichtert, sondern auch den Lernerfolg befördert. Die Titel haben einen unterschiedlichen Anspruch. Während sich Schichas Buch für Einsteiger_innen eignet, vertieft *Digital Media Ethics* die Auseinandersetzung mit ethischen Fragen des Internetzeitalters. Aufeinander aufbauend sind sie für die Medienausbildung im deutschsprachigen Raum sehr zu empfehlen.

Charmaine Voigt (Universität Leipzig)