

Matthias Karmasin (Hg.): Medien und Ethik

Stuttgart: Philipp Reclam 2002 (Universal-Bibliothek, Bd. 18188), 268 S.,

ISBN 3-15-018188-7, € 6,60

In der globalen Informationsgesellschaft gewinnt der Diskurs über die verantwortliche Herstellung, Verbreitung und Nutzung von Medienprodukten an Bedeutung. Durch immer neue Möglichkeiten der individuellen und gesellschaftlichen Kommunikation sind Konstruktion von Realität und Konstitution von Öffentlichkeit im ständigen Wandel begriffen; die damit verbundene Dynamik sozialer, politischer und kultureller Lebensformen und Wertesysteme bedarf der ethischen Reflexion, soll sie nicht allein dem freien Spiel wirtschaftlicher Interessen überlassen werden.

Die Forderung nach Verantwortungsübernahme kann sich dabei schwerpunktmäßig an unterschiedliche Teilbereiche der Medienkultur richten: Matthias Karmasin und Carsten Winter betrachten aus ökonomischer Perspektive die globalen Medienunternehmen als wesentlichen Ansatzpunkt für die Implementierung moralischer Standards durch Stakeholdermanagement (vgl. S.9-36). Barbara Thomaß setzt auf die Ausbildung eines journalistischen Berufsethos (vgl. S.132-155) und Thomas A. Bauer möchte die persönliche Kommunikationskompetenz der Nutzerinnen und Nutzer stärken (vgl. S.214f.). Hier zeigt sich, dass die „vielschichtigen Adressatenebenen der Verantwortungszuschreibung“ (S.160) den verbindenden Reflexionsgegenstand der meisten Untersuchungen darstellen: Angesichts der Komplexität des Themas Medienethik fragen sie nach einer Verhältnisbestimmung von individual-, organisations- und sozialetischer Perspektive (vgl. auch S.162).

Gegenüber diesem Grundsatzproblem tritt die Auseinandersetzung mit konkreten Praxisfeldern ein wenig in den Hintergrund. Die Beiträge von Wolfgang Wunden zu Gewaltdarstellungen im Fernsehen (vgl. S.77-98) sowie von Stephan

Ruß-Mohl und Susanne Fengler zum Verhältnis von Journalismus und Public Relations in der Medienberichterstattung (vgl. S.175-193) behandeln zudem eher exemplarische Spezialgebiete. Mehr lexikonartikelartige Überblicke wie Bernhard Debatins wohlstrukturierte Einführung in die Internetethik (vgl. S.220-237) wären hier wünschenswert gewesen!

Erfreulich sind – angesichts der Erfahrung, dass Grundlagen, Aufgaben und Verfahren ethischer Urteilsbildung außerhalb einschlägiger Fachkreise (also z.B. auch bei Studentinnen und Studenten) häufig unklar sind – die zahlreichen methodologischen Erörterungen: Rüdiger Funiok bietet eine knappe, aber präzise Funktionsbeschreibung angewandter Ethik (vgl. S.37-58), Matthias Rath erläutert die ethische Relevanz empirischer Medienforschung (vgl. S.59-76) und Larissa Krainer macht Vorschläge zur praktikablen Organisation ethischer Entscheidungsprozesse (vgl. S.156-174); Helmuth Rolfes' Hinweise auf das christliche Menschenbild (vgl. S.238-261) erweitern und festigen schließlich noch einmal die Argumentationsbasis. Somit bietet sich der vorliegende Sammelband – auch angesichts des günstigen Preises – in allen einschlägigen Fachrichtungen als ausgezeichnete Grundlage für Lehrveranstaltungen an, die einen ersten Einblick in medienethische Fragestellungen vermitteln und zum weiteren Nachdenken anregen wollen.

Lars Klinnert (Iserlohn)