

## Anliegen von Ethik und Moral

### Verantwortung als Schlüsselkategorie der Medienethik

Das Anliegen von Ethik und Moral kommt in besonderer Weise im Begriff „Verantwortung“ zur Geltung – eine ethische Schlüsselkategorie, die auch im Bereich der Medienethik eine große Bedeutung hat. Die Frage nach der Verantwortung von Handlungsträgern in den Medien kann als eine Folge von sechs Teilfragen verstanden werden (vgl. Funiok 2002):

1. Wer trägt Verantwortung? (Handlungsträger),
2. Was ist zu verantworten? (Handlung),
3. Wofür trägt er Verantwortung? (Folgen),
4. Wem gegenüber trägt er Verantwortung? (Betroffene),
5. Wovor muss er sich verantworten? (Instanz, z.B. Gewissen oder Öffentlichkeit) und
6. Weswegen muss man sich verantworten? (Werte, Normen oder sonstige Kriterien).

Da die Erstellung und Verbreitung von Medienangeboten das Resultat eines arbeitsteiligen Prozesses ist, an dem mehrere Beteiligte mitwirken, ist die Frage, wer für die verbreiteten Medienangebote verantwortlich zu machen ist, keineswegs immer einfach zu beantworten. Auch die Benennung der Verantwortlichen im Sinne des Presserechts (V.i.S.d.P.) und die Impressumspflicht für Anbieter von Inhalten im Internet können die Schwierigkeiten bei der Identifizierung von Handlungs- und Verantwortungsträgern nicht gänzlich lösen. Hinzu kommt, dass es bei der Verteilung von Verantwortung auf mehrere Beteiligte zu unbeabsichtigten Folgen kommen kann, auch wenn die Beteiligten für sich genommen moralisch einwandfrei handeln (vgl. Debatin 1997).

Vor diesem Hintergrund sind bei der Beantwortung der Frage nach der Verantwortung auch strukturelle und systemische Bedingungen journalistischer Verantwortung mit zu berücksichtigen. Oder anders: Die individuelle ethische Betrachtungsweise des Individuums, das abwägt, ob sein Handeln ethischen Grundsätzen entspricht (Pressekodex als Gewissen und Richtlinie für moralisches Verhalten des Journalisten), muss um die sozialethische Perspektive des organisatorischen und strukturellen Kontextes, der den Entscheidungsspielraum der Journalisten bestimmt, ergänzt werden. In diesem Kontext gibt es auch eine Mitverantwortung des Publikums, denn Medienangebote werden im sozialen Kontext genutzt und dort auch verhandelt (Diskussionen über Qualität und Zutraglichkeiten in Familie, Freundeskreis, Schule etc.) (vgl. Funiok 2002).

Verantwortung für Medienangebote tragen letztlich zwei Akteursgruppen, wobei diejenigen, die mehr Macht besitzen, auch mehr Verantwortung übernehmen sollten (gestufte Verantwortung). Bei den vielschichtigen Akteursebenen lässt sich also keine Alleinverantwortung ausmachen (vgl. Krainer 2002). Die erste Gruppe von Akteuren umfasst die Menschen, die direkt mit den Medien umgehen. Hierzu zählen die Medienschaffenden (Journalisten, Autoren, Redakteure, Korrespondenten etc.), die Besitzer und Betreiber öffentlich-rechtlicher und privaten Massenmedien und die Mediennutzer. Die zweite Gruppe beinhaltet Akteure und Gremien, die den Medienbereich reflektieren und regulieren sollen. Hierzu zählen die Gremien der Freiwilligen Selbstkontrollen (FSK, FSF, FSM etc.), die medienkritische Öffentlichkeit und die Gremien der gesetzlichen Kontrolle und Gestaltung (BVerfG, Parlamente, Rundfunkräte, Landesmedienanstalten etc.) (vgl. Funiok 2002).

## Quellen

Debatin, Bernhard 1997: Medienethik als Steuerungsinstrument? Zum Verhältnis von individueller und korporativer Verantwortung in der Massenkommunikation, In: Wessler, Hartmut / Matzen, Christiane / Jarren, Otfried / Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 287-303.

Funiok, Rüdiger 2002: Medienethik: Trotz Stolpersteinen ist der Wertediskurs über Medien unverzichtbar. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.), Medien und Ethik. Stuttgart: Reclam. S. 37-58.

Krainer, Larissa 2002: Medienethik als angewandte Ethik: Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.), Medien und Ethik. Stuttgart: Reclam, S.156-174.

## weitere Informationen

Bundeszentrale für politische Bildung: <http://www.bpb.de/apuz/25396/medienethik>