

Die ethische Dimension der Medienwirklichkeit

Elemente einer Medienethik

von Adrian Holderegger*

1. Einleitung

Die Themen Information und Kommunikation werden heute vorwiegend unter organisatorischen und ökonomischen Gesichtspunkten verhandelt. Dies erstaunt um so weniger, als die Kommunikationstechnologie zu den zukunfts- und gewinnträchtigsten Schlüsseltechnologien zählt. Neben der Bio- und Gentechnologie werden wir in diesem Bereich mit Technikschieben konfrontiert werden, die in ihrem Ausmaß noch in keinerlei Weise absehbar sind. Daß hier der Anschluß nicht verpaßt werden darf, ist zumindest all denen klar, die Marktanteile und Produktionsstandorte sichern wollen. Die Absicht jedoch, mit dieser technologischen Entwicklung Schritt zu halten, drängt aber jenes kultur- und ethikorientierte Diskurspotential zwangsläufig in den Hintergrund, das nach den humanen und sozio-kulturellen Folgen dieser leisen Revolution fragt.

Ohne Zweifel hat die Einführung der Computertechnologie vor einem halben Jahrhundert Verhaltensweisen und Arbeitsgestaltung, womöglich auch die Art und Weise unseres Denkens und Planens verändert. Ähnliches wird für die Informations- und Kommunikationstechnik diagnostiziert. Allerdings ist selbst in diesem Wandlungsprozeß das Wissen nicht ganz verschwunden, daß Kommunikation, Austausch, Verständigung und Vermittlung als nicht-technische Elemente ganz wesentlich zur „condition humaine“ gehören, und daß sie einen wesentlichen Bestandteil unseres individuellen und gesellschaftlichen Seins und Handelns ausmachen. Wer Kommunikation nicht bloß auf das Technisch-Instrumentelle reduziert, sondern sie zu den konstitutiven Möglichkeiten des Menschen zählt, stößt sehr bald in einen Bereich vor, der sich vom rein Technischen abhebt, und den wir – freilich etwas unspezifisch und emphatisch – als den Bereich des „Humanen“ bezeichnen.

Dieses Humane, das den Menschen eigentlich Auszeichnende, kommt aber nur unzureichend in den Blick, wenn wir es nur in seinen phänomenologisch erfaßbaren Seiten begreifen wollen als ein Ensemble von Eigenschaften, wozu etwa die herausragenden Eigenschaften der Sprach-, der Kommunikations- und der Reflexionsfähigkeit zu zählen

Prof. Dr. A. Holderegger ist Ordinarius für Theologische Ethik an der Universität Fribourg.

sind. Die Kulturgeschichte hat darüber hinaus unter dem Humanen immer auch mehr verstanden als einen beschreibbaren Ist-Zustand; sie hat es als ein Projekt, als eine Aufgabe, als ein Ideal aufgefaßt, das für das Handeln Dringlichkeiten auferlegt. Mit andern Worten: sie hat das Humane auch normativ interpretiert, d.h. mit Ansprüchen versehen, die nicht bloß sektoriell, sondern in allen Feldern der Lebenspraxis zur Geltung gebracht werden sollen.

Wenn wir Information und Kommunikation in solche Zusammenhänge einordnen, dann können sie letztlich nicht anders verstanden werden denn als Beitrag zur Humanisierung des Menschen und der Gesellschaft; Information und Kommunikation sind dann nichts anderes als das „dauernde Gespräch der Gesellschaft mit sich selbst“ (A. Auer), um den normativen Gehalt des Humanen zu verwirklichen. Selbstverständlich gibt es verschiedene Stufen der Kommunikation: einfache Hinweise und Orientierung, in verdichteter Form als Wissen, in systemischer Form schließlich als Bildung. Über diese hier nicht zur Debatte stehenden Stufen, deren Eigenheiten und deren Bedeutung, geben uns die (empirischen) Kommunikationswissenschaften in präziser Form Auskunft. Ein entscheidendes Moment ist aber, daß sie immer mit dem normativen Gehalt des Humanen im Zusammenhang stehen. Wer diese Verbindung ausdrücklich anerkennt, stellt die Information und Kommunikation und deren Vermittlungsformen – d.h. die Medien – in einen ethischen Kontext.

2. Die ethische Frage

Nun wird ganz allgemein von der Ethik erwartet, daß sie in Bereichen, die uns fragwürdig vorkommen oder die uns zumindest mit Problemen behaftet erscheinen, Orientierung vermittelt. Zustände und Entwicklungen sollen an Maßstäben gemessen werden, von denen erwartet wird, daß sie uns Auskunft darüber geben, was sein soll und was menschlich verantwortet werden kann. In der Tat ist die Ethik eine methodisch geleitete Reflexion, welche Maßstäbe bereitzustellen versucht, um Lebensweisen, Praxisfelder und von uns geschaffene Systeme nach ihrer Gutheit und Richtigkeit zu befragen. Ohne Zweifel ist es eine der vornehmsten Aufgaben der Ethik, Handlungsorientierungen darzulegen und zu begründen, nach denen wir gut urteilen und richtig handeln können.

Freilich klingt dies nun alles sehr anspruchsvoll, denn an die Ethik werden Erwartungen herangetragen, die sie vielleicht so doch nicht einlösen kann, da sie weder alleinige Krisenlöserin in Problemsituationen noch alleinige Schiedsrichterin in strittigen Fragen ist. Auch kann sie Sachprobleme des konkreten Lebens, der Wirtschaft und der Politik – und eben auch der Medien – nicht von einer privilegierten Warte her lösen; ihr Anspruch ist zwar eindeutig und formal, aber nicht in der erwarteten, materialen Form umfassend. Es können hinsichtlich

der Aufgaben der Ethik generell zwei Funktionen unterschieden werden:

Erstens versucht die Ethik Phänomene des Lebens, Standards der Moral, moralische Überzeugungen und moralische Verhaltensweisen unter Wertgesichtspunkten kritisch zu sichten und zu diskutieren; die Moral, die jemand hat, ist nicht schon die Ethik, an der er sich orientieren soll. Der Ethik kommt die Aufgabe zu, moralische Überzeugungen zu begründen, zu verwerfen oder gutzuheißen.

Zweitens versucht die Ethik die hierfür erforderlichen Kriterien zu benennen und zu begründen wie: Grundhaltungen und Prinzipien, zu denen wir etwa Freiheit und Gerechtigkeit, Solidarität und Subsidiarität zählen (fundamentale Ethik). Es bleibt dann das relativ mühsame Geschäft, die allgemeinen und abstrakten Grundsätze plausibel und nachvollziehbar auf die konkrete Realität anzuwenden (angewandte Ethik). Wer Ethik nicht bloß als eine abstrakte Disziplin betreibt, sondern sie bereichs- und sachspezifisch anwendet, wird genau sagen müssen, wo und wie sie ins Gespräch gebracht werden kann.

2.1 Ethische Grundlagen der Medienkommunikation

Zunächst müssen wir feststellen, daß die ethischen Grundlagen und Grundsätze publizistischen Handelns wie auch der Medien-Kommunikation ganz allgemein in den letzten Jahren vermehrt Gegenstand wissenschaftlicher und öffentlicher Diskussion geworden sind. Anlaß hierfür sind auf der einen Seite Prozesse, Umschichtungen und Machtverteilungen in der Medienwelt selbst. Sie lassen bei ethisch Interessierten die Frage zurück, ob die Ergebnisse dieses Wandlungsprozesses noch den Grundsätzen der Humanität und der ethischen Vernunft entsprechen. Auf der anderen Seite sind Anlaß hierfür auch Ereignisse, in denen sich die Medien nicht auf die Rolle der Berichterstattung und der Kommentierung beschränken, sondern selbst zu gestaltenden und eingreifenden Akteuren geworden sind. Denn bei solchen Vorgängen ist das Faktum nicht zu übersehen, daß Verletzungen des Persönlichkeitsschutzes, der Privatsphäre, die Verletzung der Unschuldsvermutung, zum Medienalltag gehören. Für einen solchen „Border-line-Journalismus“ stehen denn auch entsprechende Begriffe wie Scheckbuchjournalismus, Sensationsjournalismus, voyeuristischer Journalismus usw.

So wie eher gesellschaftliche Konflikte als gesellschaftliche Konsense in den Vordergrund des Interesses der Öffentlichkeit rücken, so wird die Medienarbeit vornehmlich auch dann zum Gegenstand kritischer Diskussion, wenn sie sich an den Grenzen des Schicklichen oder in den moralischen Grauzonen bewegt. Die gute, alltäglich vollbrachte journalistische Arbeit erweckt so wenig Interesse wie reibungslos verlaufende soziale Prozesse. Jene Analyse greift hier sicherlich zu kurz, welche diese Vorgänge einfach mit „Verfall der

journalistischen Kultur“ – sozusagen in einem kennerhaften, moralisch-verkürzenden Rundblick – etikettiert. Vielmehr scheint es angebrachter und der Sachlage entsprechender, wenn man von einem „Wandel der journalistischen Kultur“ spricht. Dies läßt sich durchaus an einigen Tendenzen belegen:

- Der verschärfte journalistische Konkurrenzkampf angesichts der um Konsumentenzahlen kämpfenden Medien verleitet zu unüblichen, nicht selten den „moral common sense“ verletzenden Aktivitäten.
- Der beobachtbare Wandel im Selbstverständnis des Journalismus von einem beschreibend-beobachtenden zu einem meinungsgeprägten Journalismus, zu anwaltschaftlichem, stellungbeziehendem Journalismus wirft neu die Frage nach der gesellschaftlichen Wahrheitsfindung auf.
- Der Aktualitätsdruck, der darauf hindrängt, daß Geschehen und Berichte möglichst zusammenrücken, bringt u.a. neue Probleme für die Sorgfaltspflicht und für die Quellensicherung.
- Die journalistische Orientierung an hohen Auflagen, das Ringen um Einschaltquoten rückt die Medienarbeit zunehmend in den ökonomischen Konkurrenzkampf.
- Der Kampf um Auflagenziffern und Zuschauerquoten verschiebt die Grenzen der Üblichkeiten und der Toleranz ständig, indem Formen der Darstellung (etwa im Bereich der Gewalt) gewählt werden, die nun offensichtlich selbst zu ethisch fragwürdigem Verhalten verleiten.

Die ethische Diskussion soll nun nicht an diesem Katalog entlang geführt werden, der im übrigen ohne weiteres ausgeweitet und differenziert werden könnte. Denn die Anbindung der Diskussion an diesen Gestaltwandel würde das eigentliche Anliegen, das eine Medien-Ethik in erster Linie verfolgt, verdecken.

Dennoch muß hier eine wichtige ethische Beobachtung formuliert werden: Ohne Zweifel wirken immer bestimmte Moralvorstellungen in der täglichen Berichterstattung. Selbstverständlich haben das Ethos und die Moral der Akteure im Medienprozeß einen erheblichen Einfluß auf die Medieninhalte; und niemand würde bestreiten wollen, daß die Medieninhalte das Produkt einer Vielzahl von Einflußfaktoren sind. Gerade die Publizistikwissenschaft hat es sich zum Ziel gesetzt, diese Faktoren zu identifizieren und ihren jeweiligen Beitrag zu einem Medienprodukt zu erklären. Die empirisch arbeitende Publizistikwissenschaft legt inzwischen einige Ergebnisse vor, wie bestimmte Berufsnormen und Handlungsmaximen in der Praxis umgesetzt und realisiert, abgewandelt oder vernachlässigt werden. Beispielsweise belegt eine Untersuchung¹, daß es ein Viertel der deutschen Journalisten für

¹ Vgl. Wolfgang Donsbach, Medien-Ethik aus der Sicht der empirischen Journalismus-Forschung, in: Wilfried v. Bredow (Hrsg.), Medien und Gesellschaft, Stuttgart 1990, 155-174, hier: 159ff.

akzeptabel hält, eine falsche Meinung vorzugeben, um Vertrauen zu erwecken, bei den Briten sind es bereits 69 %. Von deutschen Journalisten würden sich 36 % in einem Betrieb anstellen lassen, um an Insider-Informationen heranzukommen; bei den britischen Kollegen 73%. Aus einer anderen Untersuchung wird berichtet, daß rund 45 % der Journalistinnen und Journalisten das bewußte Hochspielen von Informationen, welche die eigene Meinung stützen, nicht bloß inkauf nehmen, sondern direkt anzielen. In einem gewissen Sinne wird die Suspendierung der „Objektivitätsforderung“ zugunsten der Instrumentalisierung von Informationen nicht bloß in Kauf genommen, sondern als aktives Mittel der Kommunikation ausdrücklich gebilligt.

Es geht hier nun nicht darum, diese praktizierte Moral bzw. ihren Wandel einer gezielten Betrachtungsweise zu unterziehen. Vielmehr geht es darum, Verantwortungsebenen mit ihren entsprechenden Spiel-Regeln zu verdeutlichen. Dabei gilt es, die Ethikdimensionen als „regulative Ideen und Konzepte“ zu begreifen, die ihre ganz bestimmte Orientierungs- und Steuerungsfunktion ausüben können. Hier ist zu bedenken, daß die Medienwelt eine jener von uns geschaffenen Kultur-Welten ist, die extrem zwischen Ideal und Wirklichkeit, zwischen grundsätzlichen Überzeugungen und konkreten Anpassungen schwankt. Etwas überspitzt formuliert: Das Ideal wird von der distanzierten Ethik repräsentiert, die harte Wirklichkeit von Journalisten und Journalistinnen, für die die Topstory mehr im Vordergrund stehen muß als die Frage nach der Moral.

Freilich hat die professionelle Ethik selbst dazu beigetragen, daß dieser Hiatus noch deutlicher ins Bewußtsein getreten ist. Es ist aber gerade ein Wesenszug und ein Merkmal der Ethik selbst, daß sie auf Distanz geht, und – herausgehoben aus der Alltagswirklichkeit –, nach dem fragt, was sein soll; was aber wiederum nicht zwangsläufig zum Verlust jenes Blickes führen muß, der mit dem sehr eingegengten Handlungsspielraum, mit der Verantwortungseinschränkung der in der Medienkommunikation beteiligten Personen und Rollenträger rechnet. Handlungsbedingungen und Handlungs-Einschränkungen sind vielfältig. Deshalb ist zu berücksichtigen, „daß Ethik im Journalismus wohl auch, aber nicht nur eine Frage der persönlichen Verantwortung des einzelnen Medienschaffenden ist, sondern daß man die institutionalisierten und im Regelfalle vorgegebenen Entscheidungsstrukturen berücksichtigen muß, unter denen sich Medienarbeit vollzieht“². Die Ethik geht gerade deshalb auf Distanz, weil sie zunächst einmal alle in Pflicht nimmt, niemanden von der Pflicht zur Verantwortung ausnimmt, niemanden von ethischen Dringlichkeiten entbindet.

² H. Pürer, Anforderungen und Perspektiven im tagesaktuellen Journalismus. Zeitung, Radio, Fernsehen, in: R. Kriele (Hg.), Medientage München von 1988, Dokumentation Baden-Baden 1988; vgl. auch ders., Ethik in Journalismus und Massenkommunikation. Versuch einer Theorie-Synopse, in: Publizistik 3 (1992) 304-321, hier 313ff.

3. *Moral und Ethik*

Wer sich explizit der Ethik zuwendet, muß sich Klarheit über diesen Ausgangspunkt verschaffen. Dazu muß hier etwas weiter ausgeholt werden. Obwohl der Begriff Ethik in aller Munde ist, wird kaum darüber Rechenschaft abgelegt, was denn das Phänomen des Moralischen überhaupt ist. Noch bevor man eine inhaltliche Ethik der Medien und des Journalismus entwerfen kann, muß gerade dieses Phänomen des Moralischen bedacht werden, auf das sich all diejenigen beziehen, die von Ethik reden. Dies ist um so mehr erforderlich, als auf der andern Seite die einflußreiche systemtheoretische Medientheorie³ die Frage ausklammert, ob etwas in der journalistischen Praxis oder in der Interaktion der Medien moralisch zu verantworten sei oder nicht.

Als Grund für diese Ausklammerung wird etwa angegeben, es sei ja umstritten, „ob es überhaupt in der Ethik, ähnlich wie etwa in den empirisch arbeitenden Wissenschaften, eine rational fundierte Methode gibt, mit deren Hilfe sich gewisse moralische Urteile als gerechtfertigt erweisen lassen.“⁴ Wer aber dennoch als einzelner oder als Vertreter von Medienmitarbeiterverbänden, als Journalist oder als Verleger, „Ethik zur Legitimation der verschiedenen Praktiken“ heranziehe, suche „von außen mit ethischen Argumentationen eine bestimmte Medienordnung durchzusetzen. Er instrumentalisieren damit Ethik und werde somit unter Ideologieverdacht gestellt. Von einer solchen Position her ist dann zu schließen, daß sich bezüglich der Medienwirklichkeit niemand – sofern er nicht unter Ideologieverdacht fallen will – zu normativen Äußerungen verleiten lassen darf. Ein wissenschaftlich würdiger Gegenstand wäre danach allein die Frage, wie weit die Moral als Ensemble von Überzeugungen und Maximen zum gesellschaftlichen Regelsystem gehört. Gegenstand wäre dann nicht die Frage, welche ethischen Dringlichkeiten Orientierung vermitteln und mediale Prozesse steuern sollten. Die Frage reduzierte sich allein auf die Frage, wie weit die Medienethik „strategisch und steuerungstechnisch ertragreich“ ist.⁵ Wissenschaftstheoretisch ist es durchaus möglich, Ethik in diesem Sinne zu verstehen und letztlich die Sollensfrage auszuklammern. Dies entspricht aber nicht der primären Intention der ethischen Reflexion, die

³ M. Rühl, *Journalismus und Gesellschaft. Bestandsaufnahme und Theorieentwurf*, Mainz 1980; M. Rühl/U. Saxer, 25 Jahre Deutscher Presserat, in: *Publizistik* 26 (1981) 471-507; U. Saxer, *Konstituenten einer Medien- und Journalismus-Ethik*, in: *Zeitschrift für Evangelische Ethik* 30 (1986) 21-45; ders., *Journalismus und Medienethik, Möglichkeiten und Grenzen ethischer Selbstverpflichtung*, in: *Media Perspektiven* 1984, Heft 1, 21-32; ders., *Journalistische Ethik im elektronischen Zeitalter – eine Chimäre?*, in: A. Holderegger (Hg.), *Ethik der Medienkommunikation. Grundlagen*, Fribourg 1992, 105-119.

⁴ Ulrich Saxer, *Konstituenten einer Medien- und Journalisten-Ethik*, in: *ZEE* 30 (1986) 21-45, 23.

⁵ Vgl. ebd.

für Einzelne wie für das Gemeinwesen immer versucht hat, das, was gut und böse, richtig und falsch, gerecht und ungerecht ist, zur Sprache zu bringen. Mit andern Worten: Mit dem Phänomen des Moralischen ist gerade nicht eine strategisch-technische Richtigkeit und Vernünftigkeit gemeint, sondern etwas, was darüber hinaus geht.

3.1 *Das Moralische und seine Eigenart*

Wer das menschliche Handeln unter moralischen Gesichtspunkten beurteilt, setzt voraus, daß dieses im Unterschied zu Reflexen oder zu physiologischen Prozessen bewußt und freiwillig geschieht. Es kann den Handelnden selbst zugerechnet werden; die Handelnden gelten als die dafür verantwortlichen Urheber. Wo Bewußtheit und Freiwilligkeit fehlen, gibt es im strikten Sinne auch keine moralische Verantwortlichkeit. Die moralische Beurteilung selbst – so also das erste Element im Begriff der Moral – ist eine Form des Bewertens der zurechenbaren Praxis. Man bewertet etwas als gelungen, gut, richtig und verantwortlich oder aber als mißlungen, schlecht, falsch oder gar böse und deshalb unverantwortlich. Daß wir menschliches Handeln tatsächlich den Handelnden zurechnen und das Zugerechnete auch bewerten, beweisen die alltäglichen Vorgänge wie *billigen, belohnen, bewundern, wertschätzen* auf der positiven Seite; *anklagen, verurteilen, mißbilligen, tadeln, kritisieren* und *zurechtweisen* auf der negativen Seite. Das positive oder negative Bewerten richtet sich nicht bloß auf fremdes Handeln, sondern – in der Form der Selbstkritik – auch auf das eigene.

Weil das menschliche Handeln nicht notwendigerweise dem entspricht, was als moralisch gut und richtig anzusehen ist, hat die Moral die Bedeutung eines Anspruchs, den der Mensch auch überhören, dem sich der Mensch auch verschließen kann. Die Moral hat also – als zweites Element – einen Sollenscharakter, einen imperativischen Charakter. Die Eigenart besteht aber darin, daß dieser Sollenscharakter an die Freiheit des Menschen appelliert, ihn zwar auffordert, dies oder jenes zu tun, ihn dazu aber – im Gegensatz zum Recht – nicht zwingt. Deckt sich allerdings die subjektive Moral nicht mit dem Ethos, den Konventionen, Etiketten der Gruppe, der man angehört, so muß das Individuum mit Sanktionen rechnen in der Form von Kritik, Zurechtweisung, Verurteilung oder gar von Ausschluß.

Die Bewertung eines Handelns als gelungen, gut, richtig und verantwortlich oder auch als mißlungen kann sich auf verschiedene Aspekte beziehen. Ganz allgemein lassen sich drei Dimensionen oder Gesichtspunkte des Bewertens unterscheiden; zwei vormoralische Gesichtspunkte und ein moralischer. Die drei Gesichtspunkte stehen in einer sachlichen Reihenfolge, die sich nicht umkehren läßt:

Das Gelingen oder Mißlingen kann *erstens* die sachliche Angemessenheit eines Handelns betreffen. Hier spricht man von technischer, taktischer, strategischer Richtigkeit oder von einem tech-

nisch, taktisch oder strategisch Guten. Wer beispielsweise den Journalisten-Beruf nach den technischen Regeln, die er gelernt hat, ausübt, der handelt zwar richtig, aber diese Richtigkeit ist von begrenzter Reichweite. Denn das Handeln kann richtig sein in bezug auf die jeweils vorgenommenen Ziele. Sehr real erfahren wir heute in einem bedeutend größeren Ausmaß als früher, daß die technische Richtigkeit nicht unbedingt mit der moralischen Richtigkeit identisch ist. Wir teilen den Satz immer weniger: Was technisch richtig ist, ist auch moralisch vertretbar. Längst haben wir erkennen gelernt, daß nicht alles technisch Machbare auch für den Menschen gut ist. Mit andern Worten: Die technische Rationalität deckt sich nicht unbedingt mit der Sittlichkeit, mit der Idee des guten und richtigen Lebens.

Weil das technisch Richtige nur einen Ausschnitt unseres Handelns betrifft, reicht die Frage nach der Richtigkeit weiter. Sie erstreckt sich *zweitens* ebenfalls auf die Absichten, die wir dem Handeln unterstellen. Jeder handelt aus bestimmten Interessen oder Absichten, sei es aus Interesse am eigenen Wohlergehen, aus Interesse am materiellen Erwerb für seine Existenz oder im Interesse, möglichst in Übereinstimmung mit der herrschenden Moral und mit dem geltenden Ethos zu handeln. Die meisten Menschen handeln mehr oder weniger bewußt und überlegt nach Konventionen, herrschenden Trends und Überzeugungen. Doch selbst hier handelt es sich noch um eine begrenzte Reichweite des Guten und Richtigen. Denn das Handeln mit der betreffenden Absicht gilt nicht insgesamt und als solches als richtig, sondern nur unter der Voraussetzung von etwas anderem. Insofern beispielsweise das Ethos, Motive und Absichten bzw. die moralische Einstellung eines Journalisten den Üblichkeiten entspricht, würden wir zwar unter bestimmten Voraussetzungen von einer *sozialen* Richtigkeit sprechen, nicht aber unbedingt von einer *moralischen*. Offensichtlich muß es noch eine Dimension mit entsprechenden Kriterien geben, welche solche Üblichkeiten nochmals hinterfragt, beurteilt, annimmt oder verwirft.

Von den beiden ersten Dimensionen des Bewertens läßt sich grundsätzlich eine *dritte*, die im eigentlichsten Sinne moralische Dimension unterscheiden. Während die sachliche und soziale Richtigkeit immer nur gelten unter der Voraussetzung, daß man dies und jenes erreichen will, versucht diese dritte Dimension Kriterien ausfindig zu machen, die allgemein gültig sind, also im Prinzip auch von allen Menschen akzeptiert werden können. Allgemein gültig heißt: unbedingt gültig. Wer persönliche Interessen, besondere Vorlieben, Schicklichkeiten und Üblichkeiten zum Beurteilungsmaßstab des Handelns macht, der geht noch immer von einem bedingten und anfechtbaren Maßstab aus. Die meisten Ethiken durch alle Jahrhunderte suchen ein solches Individuum-übergreifendes, gesellschaftsunabhängiges Kriterium zu begründen. Denn nur ein allgemeines Kriterium, das vom Zufälligen und längst Eingespielten abstrahiert, ist grundsätzlich als Beurteilungskriterium geeignet.

Aus den bisherigen Überlegungen folgt, daß das Wesen der Moral erstens darin besteht, daß sie die Praxis, die auf freien Entschluß zurückgeht, als zurechenbare beurteilt. Damit ist der Gedanke gegeben, daß jemand für sein Handeln geradestehen muß. Zweitens: Die Moral hat imperativischen Charakter im Sinne von: Du sollst das tun, was der moralischen Bewertung entspricht. Drittens: Die Moral hat unbedingten, kategorischen Charakter, denn nur jene moralische Bewertung ist nicht willkürlich und beliebig, nicht geschichtsrelativ und zeitbedingt, die nicht mehr an irgendwelche Bedingungen und Voraussetzungen gebunden ist.

3.2 Die Verallgemeinerung als grundlegendes Prinzip

Weil im strengen Sinne das moralische Gutsein nicht von momentanen Stimmungen und Absichten des handelnden Subjektes abhängt, gilt es logischerweise über-momentan und über-subjektiv. Von daher gesehen gibt es und darf es keine Standesmoral in dem Sinne geben, daß für die einen eine gleiche Handlung als gut und für die andern als schlecht bezeichnet werden darf. Das, was im strengen Sinne über-momentan und über das einzelne Subjekt hinaus gültig ist, ist per definitionem allgemeingültig. Der Maßstab der Moral, den wir suchen, ist die Verallgemeinerbarkeit. Was verallgemeinert werden kann, ist demnach eine notwendige Voraussetzung für das moralisch Gute: Setze ich mich auf den Standpunkt eines anderen, und kann ich davon ausgehen, daß der von meiner Handlung Betroffene auch so handeln könnte, dann kann ich die Grundausrichtung einer Handlung als solche moralisch rechtfertigen.

Es mag vielleicht erstaunen, daß nicht – wie üblich – von bestimmten Werten ausgegangen wird, an denen man sich orientieren und an die man sich halten kann. Dies liegt einmal darin begründet, daß Werte immer kulturbedingt sind, abhängig von Zeit, Umständen und kulturellen Einstellungen. Sie werden in den meisten Fällen nicht kritiklos angenommen. Zweitens können Werte in Konkurrenz zu anderen Werten stehen und damit unter einen, sich an übergeordneten Kriterien ausrichtenden Rechtfertigungsdruck geraten. Mit der Verallgemeinerungsforderung liegt ein Moralprinzip vor, das jeglicher Wert-Ethik vorausliegt und ein unhintergebares Einheitsmoment einer normativen Ethik darstellt. Das Verallgemeinerungsprinzip kann aber nicht unmittelbar auf Handlungen, sondern nur auf Grundsätze (Maximen) angewendet werden, die ganze Lebensbereiche regeln. Wer seine Grundeinstellungen verallgemeinern kann, der handelt auch moralisch gut. Handelt er auch moralisch richtig?

Die Maximen geben nur einen allgemeinen Grundriß an; für die konkrete Handlung sind darüber hinaus Beurteilungsprozesse erforderlich (Welche Mittel habe ich zu wählen? In welcher Situation stehe ich? Welche Randbedingungen muß ich berücksichtigen? usw.). Die unterschiedlichen Teilethiken haben praktische Regeln und Normen

geschaffen, um Maximen in Sachbereiche anzuwenden. Sie wollen die Maximen mit den Besonderheiten der jeweiligen Situation vermitteln. Wenn beispielsweise die Maxime lautet: Du sollst keine Falschaussagen machen, dann lautet die dazugehörige Norm: Das Recht der MitbürgerInnen auf sachgerechte Informationen erfordert eine Sorgfaltspflicht im genauen Recherchieren, erfordert eine Kenntlichmachung dessen, was eigene Spekulation und was Interpretation ist.

3.3 Zur Bedeutung einer Maximenethik

Eine Maximenethik trennt grundsätzlich die grundverschiedenen Momente, einerseits das normative Grundmuster (z.B. der Verzicht auf Falschaussagen) und andererseits die unterschiedlichen Situationsfaktoren (z.B. das politische System, in dem Informationen weitergegeben werden). Dies ermöglicht die Einsicht, daß menschliches Handeln verschieden sein und doch eine gemeinsame Qualität haben kann, ohne daß einem ethischen Relativismus oder einem starren Regeldogmatismus das Wort geredet werden muß. Denn die Maxime bedeutet genau jenes Einheitsmoment, das gegen einen völligen Relativismus spricht, das aber andererseits eine Kontextualisierung der Maxime erforderlich macht.

Die Maximen sehen von wechselnden Randbedingungen der Person und der Gesellschaft zunächst einmal ab. Hier kommt der eigentliche moralische oder nicht-moralische Charakter einer Person ganz zum Ausdruck. Nicht Normen im Sinne konkreter Handlungsregeln, sondern erst die Lebensgrundsätze sind jene Momente, nach denen eine moralische Beurteilung vorgenommen werden kann, um aufzeigen zu können, ob jemand aus Rachsucht, Eigennutz oder aus Sinn für Gemeinnutz und dergleichen gehandelt hat. Aus diesem Grunde sind weit mehr die Maximen als Normen der angemessene Gegenstand für die moralische Identität und für das Berufsethos.

4. Die journalistische Maximenethik

Die journalistische Maximenethik hat eine lange Tradition. Sie bezeichnet die subjektive Verantwortungsebene des einzelnen Journalisten und der einzelnen Journalistin. Lange Zeit war sie der einzige Zugang zur Medienrealität. Selbstverständlich muß sie durch eine System-Ethik ergänzt werden. Was sich in gesellschafts-soziologischer und sozialetischer Perspektive für andere Bereiche längst erhärtet hat, gilt auch für die Medien als gesellschaftliche Realität: Die Strukturen in ihrer Unübersichtlichkeit, in ihren Verschüttungen, Verzerrungen, ja Ungerechtigkeiten sind das „widerständige Material“, an dem sich die individuelle Moral verwirklichen muß. Die Medienethik wird angesichts der Erfahrung, die wir mit Systemen ganz allgemein machen, Bestandteil der politischen Ethik, indem die Medienwelt und -politik zum Testfall gesellschaftlichen Zusammenlebens und der Demokratie mit

ihren Grundrechten auf politische Willensbildung und freien Meinungsaustausch wird (vgl. Punkt 5). Zunächst muß deutlich gesehen werden, daß eine Maximenethik im Kontext wirtschaftlicher Großinteressen, im Kontext politischer Machtausübung, im Kontext redaktionellen Marketings und nicht im Kontext des Ringens um journalistische Glaubwürdigkeit steht.

Aber nichtsdestoweniger gehört die journalistische Maximenethik zur Grundsubstanz der Medienarbeit, weil letztlich immer noch – wie stark Systeme auch sein mögen – menschliche Subjekte als Akteure am Werk sind. Die Maximenethik hat neben eine qualifizierte fachliche und handwerkliche Ausbildung zu treten und formuliert exakt jene Verantwortlichkeiten, die für ein als moralisch zu qualifizierendes journalistisches Arbeiten erforderlich sind. Im allgemeinen sind sie in Grundsatzpapieren bzw. Übereinkünften in Form von sog. Berufskodizes festgehalten. Es gibt inzwischen so viele, daß man sie kaum mehr überblicken kann. Einige wichtige seien hier genannt:⁶

- die UNESCO-Mediendeklaration (Paris 1978)
- die UNO-Konvention über das Internationale Recht der Berichtigung und Gegendarstellung (New York 1962)
- die beiden nationalen Pressekodizes: die „Publizistischen Grundsätze“ des Deutschen Presserates von 1979; der „Journalistische Berufskodex“ des Schweizerischen Verbandes der Journalistinnen und Journalisten vom September 1994.

Diese Dokumente über die journalistische Verantwortung, über Rechte und Pflichten stimmen in wesentlichen Punkten überein. Sie unterscheiden sich jedoch nach der Zahl der behandelten Materien, nach Ausführlichkeit und Verbindlichkeit. Sie setzen sich zum Ziel, das „Verantwortungsethos“ in Maximen umzusetzen. Folgende Maximen finden sich praktisch überall, auch wenn sie teils unterschiedlich scharf formuliert sind. Zunächst fällt einmal auf, daß an das „Verantwortungsethos“ appelliert wird, indem daran erinnert wird, daß Journalistinnen und Journalisten der Öffentlichkeit, die ein Recht auf Kenntnis der Tatsachen und Meinungen hat, verpflichtet sind. Verantwortung ist eine eigene Kategorie. Sie ist weder Gesetz noch Norm, sondern eine grundsätzliche, subjektive Einstellung, mit der wir auf Verpflichtungen und Schuldigkeiten mit guten Gründen reagieren. Journalistisches Handeln hat sich in diesem Sinne zuallererst gegenüber dem Recht auf Information und gegenüber dem Recht auf freie Meinungsäußerung zu verantworten. Dies ist als ein Kerngehalt der Maximenethik immer wieder herauszustreichen, auch wenn diese Primärverantwortlichkeit immer wieder angefochten wird. Sie kann zwar in der Auswirkung behindert, nicht aber in ihrer – übrigens auch menschenrechtlichen – Gültigkeit außer Kraft gesetzt werden, wenn sie in Konflikt mit

⁶ Eine Dokumentation der Codices bis 1985 findet sich in: H. Maier, Ethik der Kommunikation, Freiburg (Schweiz) 1985, 38-40.

Arbeitgebern und staatlichen Organen gerät. Die Anbindung an diese Primärverantwortung muß als „regulative Idee“ immer wieder ins Gespräch gebracht werden, denn sie soll ja auch helfen, die nötigen Voraussetzungen hierfür zu schaffen. Diese Primärverantwortlichkeit hat selbstverständlich die Doppelstruktur von Rechten und Pflichten. Auf einige möchte ich eingehen:

- Nach wie vor ist es sinnvoll, die Achtung vor der Wahrheit und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit zur zentralen Maxime der Publizistik zu machen. Es wäre hier nun eigens nachzudenken, wie die Wahrheitsmaxime mit der Primärverantwortung im Zusammenhang steht. Je weiter wir allerdings in die grundsätzliche Debatte vorstoßen würden, desto mehr müßten wir gewahr werden, daß sich die unterschiedlichsten Wahrheitsauffassungen nach wie vor einander gegenüberstehen, und daß sie nicht aufeinander rückführbar sind. Wenn wir bei der Grundintention dessen bleiben wollen, was Wahrheit meint, dann heißt dies, daß wir bei der Rekonstruktion der Wirklichkeit – indem wir Ereignisse und Wirklichkeit in Sprache fassen, „stellen“ wir sie wieder her – anerkannte Regeln der Rekonstruktion benutzen: Redlichkeit, Unparteilichkeit, Wichtigkeit, Achtung der Komplexität, prinzipielle Überprüfbarkeit. Die grundsätzliche Debatte über das Wesen der Wahrheit führt nicht weiter, aber die Verständigung über die Regeln, wie wir „Wahrheit“ rekonstruieren. Dies sind wichtige, flankierende Regeln, wie wir zu einer „objektiven“ Darstellung kommen können. Objektivität müssen wir in Anführungszeichen setzen, da es die vollkommene Rekonstruktion der Wirklichkeit nicht gibt. Denn die übergeordnete Werte, von der aus wir ohne subjektive Einstellungen alles bewerten können, gibt es nicht. Wenn wir aber auf der anderen Seite einen radikalen Relativismus vermeiden wollen, dann kommen wir mangels Alternativen nicht umhin, am Wahrheits- bzw. Objektivitätsspostulat festzuhalten. Allerdings muß es spezifisch gefaßt werden. Die auf ethischer Ebene flankierenden Regeln lassen sich in handwerkliche Regeln des Journalismus übersetzen. So zum Beispiel: Die Fakten müssen stimmen; die Berichte müssen vollständig sein in bezug auf den beschriebenen Sachverhalt; Eigenbewertungen müssen transparent gemacht werden, Quellen müssen angegeben werden, usw.
- Daraus folgt unmittelbar eine zweite Maxime, die Maxime der Sorgfaltspflicht: Nachrichten und Informationen in Wort und Bild, die zur Veröffentlichung bestimmt sind, müssen den Umständen entsprechend mit der gebotenen Sorgfalt auf den Wahrheitsgehalt hin geprüft werden. Dazu gehört, daß keine wichtigen Elemente unterschlagen werden und daß weder Tatsachen, Dokumente und Bilder noch von anderen geäußerte Meinungen entstellt werden.
- Eine weitere, damit zusammenhängende grundlegende Maxime ist die der adäquaten Methodenwahl: Die Beschaffung von Informationen, Dokumenten und Bilder läßt keine unlauteren Methoden zu. Dies widerspricht unmittelbar der Verpflichtung auf Wahrheit, die grundsätzlich jede Gewalt und jedes Unrecht ausschließt.

- Und viertens schließlich die Maxime des Persönlichkeitsschutzes: Die Privatsphäre des einzelnen muß geschützt werden, sofern nicht ganz gewichtige öffentliche Interessen das Gegenteil verlangen. Insbesondere dürfen bei schwebenden Ermittlungs- und Gerichtsverfahren Betroffene nicht mit präjudizierenden Urteilen belegt werden.

Die Auswahl dieser publizistischen Maximen hat einen *normativen* Grund. Denn die Bereiche *Wahrheit*, *Sorgfaltspflicht*, *Informationsbeschaffung* und *Persönlichkeitsschutz* sind hinsichtlich des Verantwortungsethos für die Medienarbeit von grundlegender Wichtigkeit. Sie stehen in einem inneren Zusammenhang und lassen sich unmittelbar von der Primärverantwortung herleiten.

In der Literatur wird häufig bemängelt, es handle sich hier um sehr allgemeine Zumutungen; sie könnten im beruflichen Alltag nur schwer greifen. Dies ist aber m. E. nicht als Nachteil zu betrachten, sondern gehört gerade zu den Vorteilen einer Maximenethik, die eine Verantwortungsethik in dem Sinne ist, daß sie zwar auf Wertsetzungen zurückgreift, aber die jeweiligen Randbedingungen des Handelns in der konkreten Situation mitberücksichtigt. Die Maximenethik kann – anders als das Recht – nicht über Zwang durchgesetzt werden, es sei denn, Anteile ihrer Moral seien kodifiziert. Gerade dieses Faktum erfordert nicht bloß eine ständige Selbstkontrolle der Medienschaffenden, sondern auch und vor allem: das Forum der Öffentlichkeit, damit diese Maximen, die immerhin im Menschenrechtsethos wurzeln, nicht in einer vornehmlich gewinn- und marktorientierten Medienwelt untergehen.

5. Systemethik

Die europäische Kultur hat sich in ihrer Kommunikationskultur einen eigenen Begriff und eine eigene Wirklichkeit geschaffen, nämlich die Öffentlichkeit. Am Beginn des demokratischen Zeitalters steht die grandiose Idee, daß sich über die Öffentlichkeit die Belange des Gemeinwohles regulieren lassen. Öffentlichkeit wurde sozusagen die gesellschaftliche Außenseite der überschaubaren Kommunikation im Mikrokosmos. Am Anfang stand die Idee, Meinungs- und Pressefreiheit seien die Voraussetzung für einen öffentlichen Diskurs. In dessen Verlauf würde sich die Wahrheit und die richtigen politischen Entscheide durchsetzen.

Es ist also die „liberale“ Idee maßgebend, daß sich politische Irrtümer nur durch den Diskurs und politisch sinnvolle Entscheide nur über den Streit der Meinungen herbeiführen lassen. Nach den meisten Demokratietheoretikern – bis auf den heutigen Tag – kommt den Massenmedien dabei die Rolle zu, ein Forum für die öffentliche Diskussion bereitzustellen; sie haben die Funktion, den vielfältigen in der Gesellschaft vorhandenen Meinungen und Interessen eine Plattform

zu bieten.⁷ Diese Sicht hat weder damals gestimmt; noch weniger stimmt sie heute. Das Öffentliche ist ein komplizierter Zusammenhang von Austausch, Verständigung, Meinungsbildung und Disput. Die Vorstellung, die Medien seien nur eine passive Plattform, auf der sich all dies abspiele, stimmt so nicht, denn sie selbst nehmen eine aktive Rolle im Öffentlichkeitsprozeß ein.

Zu den wohl am besten gesicherten Befunden der Medienwirkungsforschung gehört, daß die Massenmedien eine bedeutende aktive Rolle bei der Selektion und Definition politischer Probleme spielen. Die Gesellschaften sind so hochgradig differenziert, daß längst die Massenmedien die Aufgabe übernommen haben, durch Auswahl und Gewichtung die wichtigsten Themen und Ereignisse „mitzubestimmen“. Auch politische Problemprioritäten werden von ihnen mitbestimmt. Doch auch ein so hochdifferenziertes System der Massenkommunikation ist nicht in der Lage, die Komplexität und Differenziertheit der Probleme adäquat darzustellen. Noch weniger ist in ihnen die „unsichtbare Hand“ am Werk, die die Interessen des Gemeinwohles vernünftig steuert.

Wir mußten uns in den letzten Jahren manche Desillusionierung gefallen lassen (Qualitätseinbußen, Globalisierung mit „Einheitsprogrammen“ usw.). Und inzwischen haben wir uns vor allem an ein Gesetz gewöhnt, daß die öffentliche Kommunikation eine Tendenz zur Selbstverstärkung aufweist, d. h. Medien gebären neue Medien; Masseninformation bringt neue Masseninformation hervor. Ein typisches Beispiel für das letztere ist die Berichterstattung über den englischen Hof: in Gang gesetzte Enthüllungen werden verstärkt und überboten, neue Aktionen inszeniert, obwohl das Informationsbedürfnis vermutlich längst seinen Sättigungsgrad erreicht hat.

Wir wollen nun nicht auf der empirischen Analyseebene verbleiben, sondern auf den normativen Bereich überwechseln.

Öffentlichkeit hat mit Kommunikation und Austausch zu tun. Kommunikation und Austausch gehören zum Verhaltensrepertoire des Menschen; sie unterliegen seiner verantwortlichen Gestaltung. Öffentlichkeit ist dann gleichsam die „soziale Außenseite“ (U. Meier) der Kommunikation im Nahbereich. Und folglich ist die Öffentlichkeit die „soziale Außenseite“ des Humanen.

Diese *wertende Vorstellung* von Öffentlichkeit stellt sich nicht von selbst ein. Unter dem Druck der Realität hat das „regulative Leitbild“ Öffentlichkeit den Glanz eines „Meinungsmarktes“ verloren, auf dem

⁷ Vgl. W. Schulz, Medienwirklichkeit und Medienwirkung. Aktuelle Entwicklungen der Massenkommunikation und ihre Folgen, in: H. Hoffmann (Hg.), Gestern begann die Zukunft. Entwicklung und gesellschaftliche Bedeutung der Medienvielfalt, Darmstadt 1994, 122-144.

die Vielfalt der in der Gesellschaft vertretenen Auffassungen, Überzeugungen und Wertungen unverkürzt zum Ausdruck kommt. Auf der Gegenseite ist allerdings zu sehen, daß es noch keine Diktatur auf Dauer geschafft hat, Öffentlichkeit, soziale und mediale Kommunikation unter Kontrolle zu bringen. Nie haben sie es geschafft, Öffentlichkeit als eine subversive, richtende und wertende Instanz auszuschalten. Partizipieren – so läßt sich nun fragen – die Medien an dieser moralischen Kraft der „Öffentlichkeit“? Soziale Kommunikation hat selbstverständlich seine blinden Flecken; sie ist vergeßlich und selektiv, blendet aus und läßt sich irreführen. Wahrscheinlich führt der Zwang, daß Menschen nur über Verständigung ein Gemeinwesen bilden können, dazu, daß Öffentlichkeit einen letzten Kern an Aufklärung, den Willen zur politischen Konsensbildung nicht aufgeben kann, wenn sich Gemeinschaft selbst nicht auflösen will.

Die Medien müssen Anteil an dieser moralischen Kraft der Öffentlichkeit erhalten, bewahren und ausbauen. In dieser Hinsicht lassen sich folgende Thesen formulieren:

- Die „unsichtbare Hand“ des freien Marktes löst die „Partizipationsfrage“ am moralischen Kern der Öffentlichkeit nicht. Marktmechanismen sind gefragt, wenn es um die Verteilung begrenzt verfügbarer Mittel geht, um die Verteilung knapper Ressourcen. Ökonomen meinen, der Grund liege darin, daß Medien auf zwei Märkten (dem Nutzer- und dem Werbemarkt) agieren, wo je unterschiedliche Bewertungs- und Preisbildungskriterien funktionieren. Das Denken in Alternativen Staat/Markt führt hier offensichtlich nicht weiter. Das hängt nicht bloß damit zusammen, daß staatliche Gesetze wie Marktgesetze mit Nebenwirkungen zusammenhängen, deren Risikograd in den Gefährdungen niemand voraussagen kann. Insbesondere hat dies auch damit zu tun, daß politisch umstritten ist, welche Medienentwicklung wünschenswert ist.
- Unter dieser Voraussetzung bietet sich ein Weg an, Mediensysteme und ihre Selbststeuerung über den Weg der „kritischen Öffentlichkeit“ selbst zu verbessern, z.B. durch eine professionelle Medienkritik, durch Gruppen, die eine öffentliche Diskussion über Qualitätsstandards führen, medienethische Grundsätze der öffentlichen Prüfung aussetzen. Beispielsweise halte ich die Initiative der Berner Psychiater zuhanden des Bundesrates, bestimmte Formen der Gewaltanwendung in den Medien zu verbieten, die nachweislich zur Nachahmung anstiften, für sehr begrüßenswert.
- Man hat von Institutionen und von Reformen innerhalb der Gesellschaft gefordert, sie sollten sozialverträglich sein. Wir könnten ebenso auch von einer „Sozialverträglichkeit“ der Medien sprechen. Damit ist ihre Dienstbarkeit an der „sozialen Seite“ der Kommunikation gemeint. Sozialverträglichkeit in diesem Sinne ist viel zu wichtig, als daß wir sie allein dem freien Spiel der Märkte, den Programmgestaltern und Redakteuren überlassen können. In der Politik haben wir die politische Macht und Machtverteilung als

ständige und begleitende Herausforderung angenommen. Ähnliches wird wohl vermehrt für die Medien gelten, wenn wir sie nicht aus dem ethischen Anspruch entlassen wollen.

- Eines ist klar: Es wäre völlig unrealistisch anzunehmen, die Medienentwicklung könnte rückgängig gemacht werden. Vermutlich können wir die Technologisierung und Kommerzialisierung der Medien nicht einmal entscheidend beeinflussen. Die Medien haben eine Eigendynamik entwickelt, die nur schwer durchschaubar erscheint, jedenfalls wenn man sie in einem globaleren Zusammenhang betrachtet. Eine undifferenzierte Kritik birgt die Gefahr, daß man allzusehr nach dem starken – womöglich staatlichen – Zensor ruft. Die Erfahrungen der letzten Jahre haben gezeigt, daß die wirklich bedenklichen Folgen der Medienentwicklung – nicht so sehr bei den Printmedien, als vielmehr bei den visuellen Medien, selbst wenn man von den größten Auswirkungen im multimedialen Bereich absieht – kaum durch gesetzliche Regelungen beherrscht werden können, gerade weil dadurch der ursprüngliche geschichtliche Impetus nicht eingefangen werden kann. Wir müssen uns daran erinnern, daß die neuzeitlichen Medien ursprünglich aus dem Menschenrechtsethos der Meinungs- und Äußerungsfreiheit entstanden sind. Als solche haben die Medien eine Dienstfunktion an der produktiven Entwicklung der Gesellschaft und an der Entfaltung des Einzelnen. Und gerade in dieser Dienstfunktion sind sie ein autonomer, selbständiger Kultursachbereich geworden. Die Geschichte der neuzeitlichen Entwicklung ist eine Geschichte der Verselbständigung der Kultursachbereiche. Das ist der Kontext, in dem sich die Dynamik der Medien entfaltet hat. Es gehört aber auch – und daran haben wir uns ebenfalls zu erinnern – zu dieser authentischen Tradition, daß sich diese Sachbereiche auch selbst kontrollieren. Selbstkontrolle – ein Allheilmittel? Gewiß nicht, aber eine notwendige Ergänzung. Gleichzeitig ist sie eine der schwierigsten Aufgaben. In den Medien Arbeitende haben immer wieder Berufskodizes mit hohen ethischen Forderungen formuliert, denen – zumal dem Schweizerischen, der dieses Jahr neu gefaßt wurde – eine hohe moralische Qualität attestiert werden muß. Ein wesentlicher Zug dieser Dokumente ist die Selbstverpflichtung auf grundlegende ethische Standards. Diese Selbstverpflichtung kann am humansten (aber vielleicht nicht am wirksamsten, da brauchen wir uns nicht zu täuschen) immer noch dann eingelöst wird, wenn die Betroffenen ihre eigene Praxis immer wieder an ihr messen und überprüfen. Alles andere hat subsidiären, unterstützenden und notwendig flankierenden Charakter.

SUMMARY: The ethical dimension of the reality of the media

The technology of communications is belonging next to the technologies of biology and of genes to the most important and profitable key-technologies of our time. Traditional media as well as the so-called new media therefore are

more and more forced to follow the rules of technology and free market. Orientated at ethics, this article tries to break up the technical ratio and put it in its proper place in the ratio of morals. The article tries to show the speciality of moral decency and correctness with regard to the reality of the media. Following the tradition of the German philosopher Immanuel Kant, the author is of the opinion that the heart of all moral duties is based on the principle of generalization. This principle is the basis for a journalistic „Ethics of maxims“ as well as for an „Ethic of systems“ for media.

On this background, rules for the duty to publish the truth, to be correct and to observe the human rights can be formulated anew more reasonable. The way of observing things systematically assumes that the public is the „other side“ of society and as such it is challenging the media. In this direction, the article puts up some postulates at the end.

RÉSUMÉ: La dimension éthique de la réalité médiatique

Les technologies de communication, au même titre que les technologies biologique et génétique sont aujourd'hui des technologies clés, des technologies d'avenir parmi les plus lucratives. C'est pourquoi les médias conventionnels, ainsi que les „nouveaux médias“, tombent de plus en plus sous l'influence de ce qu'on nomme la logique technique, la logique de marché. Le discours orienté vers l'éthique tente de briser cette rationalité technique pour y insérer une rationalité de la morale – telle une rationalité particulière à l'espèce – prenant en considération les obligations de l'être humain. L'article essaie de démontrer en quoi consiste la spécificité morale de la raison et de la droiture par rapport à la réalité médiatique.

L'auteur est de l'avis – dans le sillon de la tradition kantienne – que l'ultime cohésion des tout engagement moral se retrouve dans le principe de de généralisation. Il est à la base des maxims éthiques du journalisme, c'est aussi un système éthique destiné aux médias. C'est la toile de fond sur laquelle on peut reformuler judicieusement les commandements classiques, tels le devoir de vérité, d'exactitude, de protection de la personnalité. La réflexion sur la base d'un système éthique part du principe que le forum public est la face extérieure de la société, et qu'en tant que telle, les médias et leurs collaborateurs en sont ses obligés. En conclusion, l'article propose quelques postulats dans ce sens.

RESUMEN: La dimensión ética de la realidad de los medios de comunicación

La tecnología de la comunicación, junto con la biogenética, se cuenta entre las tecnologías claves de la actualidad en cuanto a sus posibilidades a futuro y a su éxito económico. Los medios de comunicación clásicos, así como los llamados „nuevos medios“ se ven envueltos en la marea de la lógica de la técnica y del mercado. El discurso orientado éticamente trata de romper esa racionalidad técnica y ordenarla en la racionalidad de la moral. El artículo trata de señalar en que consiste la racionalidad moral y la rectitud en lo tocante la realidad de los medios. El autor es de la concepción (siguiendo la tradición kantiana) que el núcleo de todas las obligaciones morales se encuentra en el principio de la generalización. Constituye el fundamento de una „ética de máximas“ del periodismo, así como también de una „ética del sistema“ referida a los medios.

Con este trasfondo se pueden „reformular“ más razonablemente el deber de veracidad, de escrupulosidad, de protección y respecto a la personalidad. La concepción ético-sistémica parte de que la opinión pública constituye la „parte exterior“ de la sociedad y que correspondientemente con eso, le recuerda sus deberes. El artículo acaba con algunos postulados al respecto.