

Medienethik

Grundbegriff „Verantwortung“

Frage: Wer (a) ist für was (b) gegenüber wem (c) vor welcher Instanz (d) wann (e) weswegen (f) verantwortlich?

zu (a) Verantwortungssubjekte (*siehe Rückseite*)

zu (b) Verantwortungsbereiche

unsere Handlungen (inkl. Unterlassungen) sowie deren Produkte, Folgen und Nebenwirkungen in mehreren Dimensionen

- äußere Natur
- soziale Welt
- innere Natur

zu (c) Verantwortungsobjekte

- andere Personen (*gegenüber denen* man verantwortlich)
- empfindungsfähige Tiere (*im Hinblick auf die* man verantwortlich ist)
- Sachen (*für die* man verantwortlich ist)

zu (d) Verantwortungsinstanzen

- informell: andere Personen (Betroffene, Kollegen, Freunde usw.)
- formell: Redakteur, Chefredakteur, Arbeitgeber, berufsständische Organisationen u.a.
- rechtlich: ein zuständiges Gericht
- moralisch im engeren Sinne:
 - extern: Öffentlichkeit → Menschheit
 - intern: Gewissen

zu (e) Zeitdimensionen

- retrospektiv: im Nachhinein
- prospektiv: im Vorhinein

zu (f) Maßstäbe → normative Prinzipien

- Libertarianismus (und Kontraktualismus): individuelle Freiheit
- Deontologismus: Menschenwürde
- Utilitarismus: Gemeinwohl („größtes Glück aller“)

Individuelle Mediennutzungsmoral

Aus welchen Gründen sollten wir unseren Medienkonsum reglementieren?

1. ästhetische Gründe
2. ethische Gründe nach folgender Typologie von Pflichten

	gegenüber anderen	gegenüber sich selbst
stark (negativ, vollkommen)	keine Verletzung der Rechte anderer (nicht töten, nicht verletzen usw.)	keine Verletzung der eigenen Würde und/oder der eigenen Autonomie
schwach (positiv, unvollkommen)	Förderung fremden Wohls i.w.S. (Hilfe, Unterstützung)	Förderung eigenen Wohls

Subjekte

Aus der Kombination von zwei Dimensionen und vier Ebenen ergibt sich folgendes Tableau mit einer Fülle medienethischer Akteure (jeweils nur Beispiele; in manchen Fällen ist die Zuordnung nicht eindeutig vorzunehmen):

	Medienproduzenten → Gestaltungsmoral	Medienkonsumenten → Nutzungsmoral
individuelle Ebene	Journalisten, freie Mitarbeiter, Redakteure, Fotografen Produzenten, Eigentümer, Sponsoren Techniker u. weitere Dienstleister beim Internet: jeder!	jedes Mitglied des Publikums advokatorisch für Kinder: Eltern, Erzieher, Lehrer usw.
korporative Ebene	Medienunternehmen (Zeitungen, private Sender, Internet-Firmen u.a.) Berufsverbände („Deutscher Journalisten-Verband“ DJV) Unternehmervereinigungen Deutscher Presserat „Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft“ (FSK)	Schulen, Universitäten ... pädagogische Verbände wie die „Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur“ (GMK) wissenschaftliche Einrichtungen (wie das „Hans-Bredow-Institut für Medienforschung“ der Uni Hamburg) Bürgerinitiativen („Initiative Gewaltverzicht“ u.a.) Parteien
(national)staatliche oder (einzel)gesellschaftliche Ebene	öffentlich-rechtliche Sender	Staat staatliche Einrichtungen wie die Landesmedienanstalten Öffentlichkeit Zivilgesellschaft
globale oder überstaatliche Ebene	international agierende Medienkonzerne (CNN, Murdoch, TimeWarner, Al-Jazeera u.a.)	EU UNO Weltöffentlichkeit globale Zivilgesellschaft

Letztes Verantwortungssubjekt ist immer ein Individuum; nur es allein kann sein Tun im strengen Sinne ver-antworten und sich gegenüber anderen rechtfertigen. Es gibt aber auch „geteilte“ oder „gestufte“ Verantwortlichkeiten. In arbeitsteiligen und systemisch integrierten Prozessen mit sehr vielen Personen ergibt sich die jeweilige Verantwortlichkeit nicht durch Division (Verantwortungsdiffusion), sondern durch eine gerechte und sachgemessene Distribution (Mitverantwortung). Der Spezialfall der Haftung erfordert nicht einmal eine kausale Mitwirkung.