

Nur ein abgehobenes Zauberwort? Zur Medienethik (AZ/Nordwestschweiz, 2.7.16)

René Rhinow

Wenn überprüft werden soll, ob eine Publikation die Grundregeln der journalistischen Fairness eingehalten oder verletzt hat, wird rasch und unmittelbar auf die Medienethik Bezug genommen. Doch was versteckt sich hinter diesem Begriff? Ethik gilt als Bereich der Philosophie, in dem es darum geht, Kriterien aufzustellen für gutes und schlechtes Handeln sowie für eine Bewertung der Motive und der Folgen dieses Handelns. Als normative Ethik fragt sie nach Normen und Werten, nach den Massstäben moralisch richtigen Handelns. Als deskriptive Ethik befasst sie sich mit den faktisch vorherrschenden Normen und Wertsystemen. Ethik fächert sich nach verschiedenen Lebensbereichen auf in sog. Bereichsethiken. Die Medienethik stellt eine dieser Bereichsethiken dar. Sie widmet sich der verantwortbaren Praxis der Medien in ihrem Alltagsgeschäft und versucht, den Akteuren für bestimmte Problemsituationen Hilfeleistungen zu bieten, wie verantwortbar zu entscheiden und zu handeln ist. (Auch) Medienethik liefert also bloss Kriterien, Grundsätze, Prinzipien, keine pfannenfertigen Lösungen im Einzelfall.

Berufsregeln für Medienschaffende

In der Schweiz wie in anderen Ländern haben die Berufsverbände der Medienwelt eigentliche Kodices geschaffen, also Regeln aufgestellt, was Medienethik in der Praxis und bezogen auf einzelne Fallkonstellationen (wie beispielsweise das Recherchieren, die Anhörungspflicht bei schweren Vorwürfen, die Pflicht zur ausgewogenen Kommentierung oder der Schutz der Privatsphäre) bedeutet. Doch diese Richtlinien bedürfen in der Praxis der Konkretisierung. Sie geben im Einzelfall oft noch keine bestimmte Lösung vor, sondern versuchen, die Herausbildung des in der Anwendungssituation Richtigen anzuleiten und zu kanalisieren. Wichtig erscheint deshalb der *Prozess* innerhalb der Medienwelt, vor allem in der Redaktion, in welchem eruiert wird, was im Zweifelsfall verantwortet werden kann, wo die Grenzen zum Verpönten zu ziehen sind. Das soll nicht in der einsamen „Redaktionsstube“ geschehen (die gibt es angesichts der Grossraumbüros ohnehin nicht mehr), sondern im Gespräch unter den verantwortlichen Medienschaffenden. Insofern kann heute die Medienethik zur sog. *Diskursethik* gezählt werden, in der um das Wahre und Richtige in kommunikativen Verständigungsprozessen gerungen wird. Jeder und jede Medienschaffende sollte sich stets bewusst sein, dass sie in heiklen Fragen nicht allein entscheiden, sondern dass sie den Diskurs innerhalb der Redaktion mit den zuständigen Redaktionsmitgliedern sucht. Vereinfacht und zugespitzt: Medienethik verlangt Reflexion und Diskurs über Fairness in konkreten publizistischen Problemfeldern.

Was gehört zur Medienethik?

Im Vordergrund der Medienethik steht die *journalistische* Ethik: Welche Grundsätze leiten die tägliche Arbeit des Journalisten und der Journalistin? Basis bildet die unbestrittene Tatsache, dass Medienschaffende eine öffentliche Aufgabe zu erfüllen haben, nämlich die Herstellung von Öffentlichkeit. Zuweilen ist darüber gestritten worden, ob einem ethisch richtigen Journalismus bloss eine „vermittelnde“ Funktion zukommt, die vor allem aus der „neutralen“ Informationstätigkeit besteht, oder ob er auch kritisch-advokatorisch vorgehen soll, also auf der Suche nach Wahrheit recherchieren, in Frage stellen, kritisieren, politische Meinungen transportieren darf resp. muss. Heute ist weitgehend unbestritten, dass den Medien beide Funktionen zukommen. Damit ergibt sich eine immer wieder thematisierte Problemstellung: Sind die beiden Funktionen in klar getrennter Darstellung zu erfüllen? Müssen Information und Kommentar in separaten, als solchen gekennzeichneten Gefässen erscheinen? Der Journalistenkodex verlangt dies: das Publikum muss in der Lage sein, zwischen Fakten und Kommentaren unterscheiden zu können. Nach meiner Erfahrung wird dieses Gebot von den AZ Medien in aller Regel eingehalten. Doch dies ist leider nicht bei allen Medien der Fall. Vor allem ideologisch ausgerichtete Zeitungen mit einer bestimmter politischen Programmatik pflegen sich wenig um die Trennung von Berichterstattung und kommentierender Wertung zu kümmern. Es ist einzuräumen, dass die Unterscheidung nicht immer leicht fällt, denn die Wahrnehmung der Wirklichkeit ist zu einem guten Teil auch subjektiv gesteuert; sie entzieht sich einer reinen Objektivität. Doch darf dies nicht davon abhalten, dass Meinungen nicht als Fakten „verkauft“ werden dürfen. Und dass ein Bericht Fakten und Meinung nicht so vermengt werden, dass die Leserschaft manipuliert wird.

Dimensionen der Medienethik

Medienschaffende stehen in einem Umfeld, das von verschiedenen *Beziehungen* geprägt ist. Dementsprechend kann man die journalistische Ethik auffächern in die Beziehung der Medienschaffenden zu ihren Quellen (zB. Informantenschutz), zu den Berichterstattungsadressaten (zB. Persönlichkeitsschutz), zum lesenden Publikum (Fairness und Sorgfalt) oder zur allgemeinen Öffentlichkeit (zB. Fairness in der Recherche). Damit sind zwar die wichtigsten, aber nicht alle Aspekte der Medienethik abgedeckt.

Medienethik beschränkt sich nicht auf die Individualethik der einzelnen Medienschaffenden. Diese appelliert an die persönliche Moral der Journalisten. Doch diese sind in ein *System* integriert, das unter anderem geprägt wird durch die Organisation der Redaktion und den Wertekodex des Medienunternehmens. In der Systemethik ist eine gestufte Verantwortung einzufordern, die sich vom „Gelegenheits-Berichterstatter“ (der zum Beispiel über eine Gemeindeversammlung berichtet) bis zur Unternehmensleitung erstreckt. Schliesslich wird im Medienunternehmen produziert, was auch konsumiert wird. Hinzu kommt die Dimension zum

lesenden Publikum: Die Publikumsethik thematisiert die Mitverantwortung der Leserschaft, denn diese bestimmt über ihr Lese- und Kaufverhalten auch mit, was produziert wird und auflagefördernd erscheint. Der Sensationsjournalismus wurde nicht allein in den Redaktionen erfunden, sondern war und ist auch Antwort auf eine existierende Nachfrage.

Bezug zur politischen Kultur

Damit steht Medienethik auch im Spannungsfeld zur Gesellschaft und ihren Erwartungen sowie zu den herrschenden Sozialnormen – vor allem zur *politischen Kultur* - und zum staatlichen Recht. Die zunehmenden Tendenzen der Personalisierung, der Skandalisierung und der Boulevardisierung sowie der Übergriffe ins Privatleben öffentlicher Personen beeinflussen indirekt auch die Kriterien der Medienethik. Dies zeigt sich deutlich, wenn man die unterschiedlichen Medienkulturen in verschiedenen Ländern miteinander vergleicht, wie das der Medienwissenschaftler und SRG-Ombudsmann Roger Blum in seinem umfassenden Werk „Lautsprecher & Widersprecher“ (2014) eindrücklich getan hat.

E-Journalismus mit neuen Fragestellungen

Eine grosse medienethische Herausforderung stellt der sog. E-Journalismus dar, wie das besonders krass bei der Publikation der sog. Panama-Papers augenscheinlich wurde. Bereits in Online-Portalen gelten teilweise andere Gesetze: Themen werden angerissen, Inhalte von anderen Medien übernommen, oft alles unter einem grossen Zeitdruck. Der Beginn eines neuen goldenen Zeitalters des investigativen Journalismus? Die international gesammelten Daten der Panama-Papers können nicht überprüft werden. Eine „Internetkultur“ veröffentlicht alles Verfügbare, ohne eine vorgängige Bewertung und medienethische Selektion vorzunehmen. „Klassische“ Medien tun gut daran, ihre Glaubwürdigkeit hochzuhalten und nur zur Publikation freizugeben, was sie verantworten können. Zum Qualitätsjournalismus gehören das Recherchieren, das Auswählen und Bewerten der Nachrichten, die medienethische Selbstkontrolle, die redaktionelle Aufbereitung, Gestaltung und Layout sowie Publikation in einem Umfeld, das Gewähr für Verlässlichkeit bietet. Die „Kultur“ der Online-Portale stellt die Medienethik jedenfalls vor neue Probleme.