

# Medienethik im gesellschaftlichen Wandel

Wolfgang Wunden

**Die Maßstäbe, nach denen sich Handeln**

**(also auch Medien-Handeln) als sittliches**

**Handeln beurteilen lässt, sind selbst**

**grundsätzlich dem Wandel unterworfen**

**und müssen von jeder Generation in**

**einem prüfenden Verfahren und in gesell-**

**schaftlichem Diskurs entweder in ihrer**

**Geltung bestätigt oder aber dem Ver-**

**gessen anheim gegeben werden. Dies ist**

**ein kultureller Prozess, der teils bewusst,**

**teils unbewusst abläuft und auf den viele**

**Faktoren einwirken; er wird allgemein mit**

**dem Begriff „sozialer Wandel“, oder –**

**enger auf moralische Fragen bezogen –**

**„Normenwandel“ oder auch „Wertewan-**

**del“ bezeichnet. Was ethische Bewertung**

**von Medieninhalten nicht einfacher**

**macht, ist der Umstand, dass die Medien**

**(und speziell das Fernsehen aufgrund**

**seiner Breitenwirksamkeit) in diesem**

**sozialen und kulturellen Wandel selbst**

**eine bestimmte Rolle spielen, selbst ein**

**Faktor des Wandels sind.**

Die Redaktion von *tv diskurs* stellte für diesen kurzen Beitrag folgende Fragen: „Welche ethischen Normen sollen in Bezug auf TV-Unterhaltung gelten? Wer setzt diese Normen? Wer oder was legitimiert den normsetzenden Jemand dazu, sie zu setzen? Was kann Medienethik zur Bearbeitung der Probleme mit TV-Unterhaltung beitragen?“

Geben wir zuerst auf die letzte Frage eine kurze Antwort: Medienethik sollte als „Bereichsethik“ helfen, die richtigen Fragen möglichst präzise zu formulieren und Antworten zu erarbeiten. Wir tun dies hier, indem wir Perspektiven entwickeln, Kriterien benennen und Reflexionen vorlegen zu den Fragen der Redaktion. Was Medienethik nicht leisten kann: Selbst Normen verbindlich machen und in diesem Sinne „setzen“, oder Werte mit Gültigkeit versehen. Dies ist Sache der Menschen selbst, die sich mit Problemen des menschlichen Miteinanders und der Institutionen befassen und Lösungen für Probleme suchen. Im Übrigen sei auf aktuelle Literatur zur Medienethik verwiesen (Wunden 1998; Schicha/Brosda 2000).

## Fernseh-Unterhaltung in ethischer Betrachtung

Vorweg: Es gibt noch keine ausgereifte und mindestens in den Grundzügen konsensfähige Theorie der Fernsehunterhaltung. Merkwürdig ist das deshalb, weil es etliche Medientheorien und Medienphilosophien gibt (s. u. v. a. Hartmann 2000) und Medien von jeher auch und vor allem der Unterhaltung dienen – so dass man annehmen dürfte, dass Medientheorie und Medienphilosophie das Thema „mediale Unterhaltung – Unterhaltung

durch Medien“ so aufbereitet hätten, dass es für eine medienethische Bearbeitung ähnlich zugänglich ist wie der Bereich journalistischer Information. Leider ist dem aber nicht so. Und so wundert es nicht, dass sich Kommunikationswissenschaftler schwer tun, präzise zu definieren, was (Fernseh-)Unterhaltung ist (vgl. u. a. Bosshart 1994; Bosshart/Macconi 1998; Schmitz 1995).

Ohne eine Erklärung, wie Unterhaltung hier verstanden wird, kommen wir freilich nicht aus. Unsere Beschreibung darf aber einfach sein und sich ohne wissenschaftlichen Zierrat präsentieren (vgl. Schneider 2000). Zu diesen elementaren Elementen gehört, dass der Mensch sich (gern) unterhält (allein für sich oder mit anderen zusammen) – sich zu unterhalten, das scheint ihm ein Bedürfnis zu sein. Das ist die eine Seite der Unterhaltung, die Seite des Subjekts (Unterhaltung 1, „U1“). Das zweite, von der Subjektseite begrifflich zu trennen (ohne denkbar zu sein ohne das Subjekt), ist die Unterhaltung als Mittel, das der Mensch gebraucht, um sich zu unterhalten – sozusagen die gegenständliche Seite der Unterhaltung, das Unterhaltungsmittel, die Seite des Objekts sozusagen (Unterhaltung 2, „U2“). Auf diese Seite gehört alles, was dem Menschen zur Unterhaltung dient – darunter auch das Theater, das Variété usw. und die (unterhaltsamen) gedruckten oder audiovisuellen Medien und auch das Fernsehen. Gemeint sind hier alle Unterhaltungs-Mittel – also symbolische Präsentationen, mittels derer der Mensch sich unterhalten (lassen) kann. Und in diesen Medien gibt es dann noch die *Sparte* „Unterhaltung“ (Unterhaltung 3, „U3“). Sie meint man meist, wenn man von Unterhaltung im Medienzusammenhang spricht.

Wer TV-Unterhaltung (U3) bewertet, sollte sich zunächst einmal klar darüber werden, welcher generellen Einschätzung von Unterhaltung in der Kulturgeschichte des Abendlandes er sich anschließt (vgl. Löwenthal: *Literatur und Massenkultur*, Frankfurt 1980, S. 9–17/Hinweis von Schneider 2000, S. 20; Eco 1984). Montaigne begrüßt, Pascal denunziert die unterhaltende Zerstreung (U1!). Bei solcher Zweiteilung ist es bis heute geblieben. Das ist für die Bewertungsfrage von Belang: Wer sich ohnehin mit Unterhaltung schwer tut, wird sich mit einzelnen ihrer Formen (U2) nur schwerlich anfreunden und Anstößiges darin heftig kritisieren; wer hingegen gern leicht lebt, wird sich gern unterhalten und den Mitmenschen ihre Form und Art der Unterhaltung gönnen.

Lange Zeit galten TV-Unterhaltungssendungen allgemein als harmlos und daher moralisch unbedenklich. Dies lag sicherlich an dem, was das deutsche Fernsehen der öffentlich-rechtlichen Zeit an Unterhaltung (U3) bot: Der große Unterhaltungsabend mit Peter Frankenfeld etwa, *Wetten, dass?* oder gar „die Sendung mit dem Schweinderl“. Das lag aber auch daran, dass man die Bedeutung von Unterhaltungssendungen als wertvermittelnde Instanz lang weithin unterschätzte.

Nicht erst seit der Kritik von Adorno und Horkheimer an der (amerikanischen) „Bewußtseinsindustrie“ aber weiß man, dass Fernsehunterhaltung „escape“ bietet, also Möglichkeiten, sich den wahren Problemen des privaten wie des öffentlichen und politischen Lebens zu entziehen – mindestens zeitweise. TV-Unterhaltung entfaltet demnach insofern moralisch relevante Wirkungen, als sie von den wirklichen Herausforderungen des realen Lebens ablenkt, eine Scheinwelt produziert, vom eigentlichen Leben entfremdet, das kritische Bewusstsein einschläfert, die Menschen einullt. Die Narkose wirkt: „Falsches Bewusstsein“ breitet sich aus (Dörner 2000, S. 67ff.). Kulturindustrie und politische Macht verbinden sich in den Augen der Kritiker zum Erhalt des politisch-gesellschaftlichen Status quo: Die Politik ist nach dem alten Motto: „Brot und Spiele!“ an der Ruhigstellung der Massen interessiert, das kapitalistische Mediensystem an der gewinnträchtigen (werbbeeinflussenden) Aufmerksamkeit der Massen. Die

ser Befund ist auch heute noch von großem Interesse. Trifft er zu, wäre TV-Unterhaltung unter ethischem Gesichtspunkt generell äußerst kritisch zu bewerten – jedenfalls unter demokratisch-partizipativen Aspekten. Ethischer Bezugspunkt kritischer Betrachtung ist dabei die Vorstellung, dass Medien ihren Nutzer nicht eindimensional als Konsumenten betrachten, sondern als potentiell kritischen Bürger ernst nehmen und für ein aktives Leben in einer menschlichen und kreativen Gesellschaft betrachten sollten. Dieser Gesichtspunkt kann in diesem Rahmen aber nicht weiter verfolgt werden; es geht vielmehr im Folgenden um konkrete TV-Unterhaltungssendungen und deren moralische Implikationen.

### Fernsehen als „moralische Anstalt“

Im ideellen Kontext der Unterhaltungskritik haben Soziologen an der Analyse der Botschaften der TV-Unterhaltung weitergearbeitet und sind zu folgendem Schluss gekommen: Das Unterhaltungsfernsehen US-kapitalistischer Prägung ist voll von moralischen Botschaften, verhandelt sie und arbeitet sie aus in Richtung auf gesamtgesellschaftlichen Konsens (Dörner 2000 zeigt dies am Beispiel der US-Serie *Die Simpsons*).

Solche Analysen und Ergebnisse haben den grundsätzlichen Befund unterstrichen, dass die Moral der TV-Unterhaltung in westlichen Gesellschaften grundsätzlich *normstabilisierend, nicht normaflösend* angelegt ist – selbst dann nicht, wenn sie normwidriges Verhalten zeigt. Deutsche Medienwissenschaftler haben, diese Richtung weiterverfolgend, auch für deutsche TV-Unterhaltung deren norm- und konsensstabilisierende Funktion hervorgehoben (Mikos 2000). Sie nehmen dabei die Ansicht auf, dass die medialen Erzählungen (vor allem in Serien) moralische Stoffe in einer Form präsentieren, die es den Zuschauern ermöglicht, die impliziten und expliziten moralischen Botschaften aufzunehmen, mit ihren eigenen Überzeugungen gleichsam spielerisch abzugleichen und zu überprüfen, Anregungen zu übernehmen oder auch abzulehnen oder in ihrer Geltung (vorerst) gefahrlos in der Schwebe zu lassen.

Unter ethischen Gesichtspunkten ist an dieser Sicht der Dinge positiv hervorzuheben, dass

sie die Funktion der TV-Unterhaltung für die Entwicklung der Zuschauer wahrnimmt und vorurteilsfrei würdigt und dem Zuschauer – modern denkend, d.h. nicht paternalistisch-bevormundend, sondern emanzipativ-freigebend – die Entscheidung und das eigene Urteil überlässt, wie er sich zu den Normen, Güterabwägungen und Konfliktlösungsvorschlägen stellt, die ihm die TV-Unterhaltung vorschlägt. Zweifel bleiben, ob nicht die Beschränkung der Untersuchung auf ein bestimmtes Spektrum der TV-Unterhaltung (Soaps, Talkformate) sozioethisch problematischere Unterhaltungsformate (z.B. brutale Gewalt, Verbrechen, Porno u.ä.) über Gebühr einebnet, gerade durch den Hinweis auf die Verarbeitungskompetenzen der Zuschauer.

Hatte etwa John Fiske (vgl. Winter 2000) noch die Widerständigkeit der Zuschauer gegenüber den inhaltlichen Ausgestaltungen der populären Unterhaltungskultur unterstrichen, so haben neuere Autoren, etwa Kellner (s. Dörner 2000, S. 132ff.), darauf hingewiesen, dass der gestaltete Inhalt der populären Unterhaltung durchaus ein eigenes und mit seiner Inhaltlichkeit verbundenes Wirkungspotential besitzt: Sowohl im gesellschaftlichen Konsens befindliche als auch außerhalb dieses Konsenses befindliche „Äußerungen“ haben Chance auf zustimmende Bewertung und auf Übernahme ins Handlungsrepertoire des Zuschauers. Damit wird wieder mehr die Notwendigkeit betont, die Inhalte, so wie sie dargeboten und präsentiert werden, einer eigenen Bewertung zu unterziehen, unabhängig von jeder Wirkungshypothese. Das gilt natürlich vor allem auch für die moralisch relevanten Sendungsinhalte. Umso wichtiger aber ist es, die Unterscheidung zwischen Sendungsinhalt (Unterhaltungs-Botschaft) und dem realen sozialen Leben auf jeden Fall in der Analyse aufrechtzuerhalten, das eine mit dem anderen nicht zu verwechseln und jede der beiden Ebenen aus ethischer Sicht zunächst getrennt zu sehen.

### Regeln für Talkshows – Mobbing als Spielprinzip?

Kritische Erfahrung ist am Anfang eine emotionale Reaktion: „Das kann doch nicht wahr sein!“, ein Protest („So geht das doch nicht!“) oder auch nur ein Zweifel („Ob das so wirklich

in Ordnung ist?“). Sie löst Überlegungen, löst Diskurse aus. Man stellt Fragen nach Umständen, Gründen, Hintergründen. Man versucht, Folgen genauer zu erfassen. Man verschafft sich Klarheit über Motivationen, Gesinnungen und Haltungen. Versucht, Kompromisse zum Ausgleich konkurrierender Ansprüche und Rechte zu entwickeln, wobei man versuchen wird, bewährte Regeln zu überprüfen, ob sie im konkreten Fall zur Anwendung kommen können. Im Fall der Daily Talks hat man sich auf folgende Regeln verständigt: unterschiedliche Meinungen und Werthaltungen zu Wort kommen lassen; extreme Meinungen durch Gegengewichte im Sendungsganzen austarieren; Talkgäste verantwortungsbewusst begleiten, vor allem Kinder und Jugendliche; Sexualität, Gewalt, der Umgang mit Minderheiten sowie extrem belastende Beziehungskonflikte: diese legitimieren, weil das Publikum interessierenden Themen besonders sensibel behandeln und vorbereiten; zwischenmenschliche Konflikte nicht ohne Lösungsstrategien thematisieren, kein pessimistisches Weltbild entstehen lassen durch nur Negatives; das Außergewöhnliche nicht als das Durchschnittliche, das Abweichende nicht als das Normale erscheinen lassen; vulgäre Redeweisen vermeiden; den Eindruck vermeiden, der Moderator identifiziere sich mit Positionen, die im eklatanten Widerspruch zum gesellschaftlichen Konsens stehen; geregelte Austragung des Meinungsstreits sichern, unter Vermeidung von Eskalationen zwischen Talkgästen (Menschenwürde, Persönlichkeitsrechte beachten/Versachlichung bei Emotionalisierung/Schutz von überforderten Talkgästen).

Voraussetzungslos ist derartige Regelsuche nicht. Sie ist von *Moral* nicht loszulösen: von dem, was eine bestimmte Person, Gruppe, Institution, was ein Gemeinwesen für zu tun richtig hält und welche Ordnung es sich gibt, welches Ensemble von Regeln es für sich insgesamt und für die diversen Tätigkeiten und Handlungen gibt, die die einzelnen Mitglieder ausüben. Erst auf dem Hintergrund dieser *Moral* werden Ereignisse oder Vorgehensweisen Bedeutung gewinnen, Zustimmung finden oder Protest provozieren. *Ethik* bearbeitet die verschiedenen *Moralen* größerer sozialer Gebilde in ihrer gesellschaftlichen, kulturellen und politischen Auseinandersetzung unter dem Gesichtspunkt des sittlich Guten.

*Medien-Ethik* klärt dies Thema ab, insoweit Medien in dieser Auseinandersetzung eine Rolle spielen, Wirtschaftsethik tut das für die Wirtschaft, Technikethik für den Bereich der Technik.

Ethik beruht auf der Basis eines ursprünglichen, bereits sittlich geprägten Empfindens. Sie öffnet dies hin auf vernünftige Diskurse, in denen die unterschiedlichen *Moralen* und die sich aus ihnen ableitenden Gestaltungs- und Handlungsalternativen methodisch unter dem Gesichtspunkt des sittlich Guten geprüft werden. Konkret: Wenn mich eine Zeitung zu Unrecht mit einem Finanzskandal in Verbindung bringt, erleide ich ein Unrecht, und ich kann beschreiben, wie mich das betrifft, und begründen, wieso es ungerecht ist, so mit mir zu verfahren. Ich fordere von der Zeitung, dass sie ihr Handeln mir gegenüber (eventuell vor Gericht) verantwortet, dass sie den entstandenen Schaden wieder gutmacht. Und gleichzeitig, indem ich so Antwort und Wiedergutmachung fordere, räume ich der Zeitung das Recht ein, dass sie von mir Antwort und Wiedergutmachung verlangt, wenn ich ähnlich mit ihr verfare. Medienethik prüft Medienhandeln und die im Medienhandeln zum Ausdruck kommenden *Moralen* unter dem Gesichtspunkt des sittlich Guten nach dem Prinzip der Verantwortung, die Menschen wechselseitig einfordern können.

Ein weiteres Beispiel für Normierung von Unterhaltung im Kontext gesellschaftlicher *Moral* ist der Abgleich von Medieninhalten mit der gesellschaftlichen Realität, nämlich der Vorwurf an *Big Brother*, hier werde das gesellschaftlich und volkswirtschaftlich schädliche Mobbing zum Prinzip einer Spielshow gemacht (die „Nominierung“ und das diesbezügliche Verhalten der Containerbewohner sind gemeint, vgl. Bohrmann 2000). Dies kann hier freilich nicht diskutiert werden.

### Wer die Normen setzt

Wenn wir nun die Eingangsfrage wieder aufgreifen, dann scheint es zunächst niemanden zu geben, der die Normen setzt – jedenfalls, wenn wir an eine bestimmte Person denken. Mag es im Altertum Gesetzgeber-Persönlichkeiten gegeben haben – wie Moses für das Volk Israel auf der Wüstenwandschaft, Solon

für die attische Demokratie oder in der Neuzeit noch Napoleon –, so hat sich unser Verständnis von den Regeln unseres Zusammenlebens demgegenüber doch stark verändert. Wir leiten heute die Legitimation von Regeln unseres Handelns nicht mehr von der Macht oder der Weisheit einer gesetzgebenden Person ab; wir sehen vielmehr die Regeln als gültig an, die sich in vernünftiger Diskussion als selbst vernünftig herausgestellt haben und so auch als verbindlich akzeptiert worden sind; sie haben diese Geltung nicht unbefristet, sozusagen bis in alle Ewigkeit, sondern sie sind der Überprüfung prinzipiell zugänglich und können jederzeit in vernünftigem Diskurs und geregelter Verfahren modifiziert werden. Gesetzgeber ist in unserem Verständnis kein Jemand, sondern das Volk selbst, das sich dann von ihm selbst gewählter Repräsentanten bedient, um im Parlament die Gesetze formell beschließen zu lassen.

Dies ist freilich nicht so einfach. Denn „das Volk“ als eine Instanz mit einheitlichem Willen gibt es nicht, und weder eine „volonté générale“ noch eine „volonté de tous“ können identifiziert werden; vielmehr gibt es in jeder zu regelnden Frage mehr oder weniger verschiedene oder gar diametral entgegengesetzte Meinungen. In der pluralistischen Demokratie entscheidet die Mehrheit der Stimmen. Und es ist in der Praxis nicht immer die Vernunft, die schließlich die Mehrheit der Stimmen bekommt; Mehrheit ist Mehrheit, wie immer sie zustande gekommen ist (der Kanzler zahlt, wenn im Bundesrat die Stimmen nicht ausreichen). Es ist die aus der Volkssouveränität sich ableitende parlamentarische Mehrheit, aus der sich die Legitimität der Gesetze ableitet.

Nun sind nicht alle Regeln des Gemeinwesens in Gesetze gefasst. Es gibt darüber hinaus eine ganze Reihe von Regeln, Haltungen und Einstellungen, Gewohnheiten, „Sitten“ und Verkehrsformen, die im Gemeinwesen grundsätzlich aus moralischen Gründen gelten. Zusammen mit den gesetzlich ausformulierten Regeln bilden sie das „Ethos“ einer Gesellschaft. Dies stellt so etwas wie eine „zweite Natur“ sozialen Ursprungs dar. Sie ist das Resultat von Überlieferungs- und Anpassungsprozessen. Welche Regeln des Zusammenlebens haben sich gebildet und bewährt, wo

besteht Anpassungsbedarf an veränderte Bedingungen? Welche überkommenen Wörter und Begriffe müssen wir uns neu erschließen, damit uns nicht verloren geht, was sie inhaltlich meinen? Wo sind überlieferte Regeln zu streichen, weil sie nicht mehr angemessen oder für die Weiterentwicklung der Gesellschaft hinderlich sind? Für welche neuen Tatbestände sind Regeln neu zu erfinden? Welche neuen Haltungen brauchen wir, wenn wir für die Zukunft gerüstet sein wollen?

Ethik prüft so immer neu das Ethos mit Blick auf die Menschendienlichkeit und Gemeinschaftsverträglichkeit.

Stellen wir die Anfangsfragen nun noch einmal dringlicher und spezifischer für die Medien, so müssen wir zunächst einmal feststellen, dass sich die Medien – und wir meinen jetzt vor allem das Fernsehen – in einem zugleich weiten und doch wiederum auch sehr engen Regelrahmen bewegen. Der Rahmen ist insofern weit, als die Betätigung der Medien verfassungsrechtlich grundgelegt und abgesichert ist: Die Pressefreiheit in Deutschland ist bereits in Art. 5 als Meinungsäußerungsfreiheit privilegiert. Sie findet Art. 5 zufolge grundrechtliche Schranken lediglich in drei Punkten: in dem Recht des einzelnen Bürgers auf die persönliche Ehre, im Anspruch der Jugend auf Schutz vor sozial desorientierenden Medieninhalten und in den Bestimmungen der „allgemeinen Gesetze“.

In den Mediengesetzen – für den Rundfunk einschlägig sind der Rundfunkstaatsvertrag und die Landesmediengesetze – gibt es darüber hinaus aber eine Menge Regeln, die die Äußerungsfreiheit einschränken. Außerdem gibt es – im Rahmen der Medienfreiheit und entsprechend der Eigenverantwortung zugeordnet – interne Regeln („Deontologie“) zu Inhalten, die gesellschaftlich besonders problematisch erscheinen, etwa zum Thema „Gewalt“ und zum Thema „Tages-Talkshows“. Beide hier als Beispiele genannte Themenkomplexe haben vor allem auch mit der Programmsparte „Unterhaltung“ zu tun. In den Regelwerken des Grundgesetzes kommt sie explizit nicht vor, sie ist jedoch darin enthalten, schon deshalb, weil die „Pressefreiheit“ nach übereinstimmender Meinung aller Kommentatoren des Grundgesetzes auch die gesamte Breite aller Sparten des Fernsehange-

bots umfasst – also neben Information und Meinung auch die Unterhaltung. Nun hat sich – wegen der Bedeutung von medialer Information und Meinung für den demokratischen Meinungs- und Willensbildungsprozess in der Bevölkerung – die Aufmerksamkeit besonders auf die Sparten Information und Meinung, also auf den journalistischen Teil des Angebots gerichtet. Deshalb ist in diesem Bereich die Meinungsbildung sehr weit entwickelt, bei aller festzuhaltenden Diskrepanz zwischen Ideal und Wirklichkeit.

Die Meinungsbildungsprozesse im Bezug auf die bereits erwähnten Beispiele „Daily Talks“ und *Big Brother* haben gezeigt, in welchem Rahmen welche Akteure die Normdiskurse geführt haben. Betrachtet man die „Freiwilligen Grundsätze“ zu den Talkshows, dann zeigt sich, dass offensichtlich die landesmediengesetzlichen Bestimmungen nicht ausreichen, um Konfliktfälle zu regeln. Dies Phänomen ist auch aus den Zeiten des öffentlich-rechtlichen Monopols bekannt, als ARD und ZDF – jeweils aus gegebenem Anlass, d.h. bei erregter öffentlicher Debatte über ein Ansteigen von Gewalt im realen Leben, genauer: bei einer verstärkten öffentlichen Wahrnehmung und Thematisierung von Gewalt – eigene Programmgrundsätze dazu erließen. Es zeigt sich zweitens, dass fundamentale Prinzipien unserer Rechtsordnung häufig zu allgemein sind, um im konkreten Fall unmittelbar auf einzelne Programmangebote anwendbar zu sein. Bestes Beispiel ist die These, *Big Brother* verstoße gegen die Menschenwürde (vgl. Rath 2001).

*Dr. Wolfgang Wunden ist Leiter des Bereichs „Unternehmensstrategie“ in der Unternehmensplanung des Südwestrundfunks (SWR) in Stuttgart und Mitgründer und Mitglied der „Gesellschaft für Medienpädagogik und Kommunikationskultur“ (GMK) sowie des „Netzwerk Medienethik“.*

#### Literatur:

##### Bohmann, T.:

*Big Brother. Medienethische Überlegungen zu den Grenzen von Unterhaltung.* In: Aus Politik und Zeitgeschichte. Beilage zur Wochenzeitung Das Parlament. B 41–42/2000, 6. Oktober, S. 3–10.

##### Bosshart, L.:

*Überlegungen zu einer Theorie der Unterhaltung.* In: L. Bosshart/W. Hoffmann-Riem (Hrsg.): *Medienlust und Mediennutz. Unterhaltung als öffentliche Kommunikation.* München 1994, S. 28–40.

##### Bosshart, L./Macconi, I.:

*Media Entertainment. Communication Research Trends Vol 18 (1998), Number 3.*

##### Dörner, A.:

*Politische Kultur und Medienunterhaltung. Zur Inszenierung politischer Identitäten in der amerikanischen Film- und Fernsehwelt.* Konstanz 2000.

##### Eco, U.:

*Apokalyptiker und Integrierte. Zur kritischen Kritik der Massenkultur.* Frankfurt 1984.

##### Hartmann, F.:

*Medienphilosophie.* Wien 2000.

##### Mikos, L.:

*Die Verpflichtung zum Guten. Moralische Konsensversicherung im Fernsehen am Beispiel von Daily Talks und anderen Formaten.* In: *Texte. Sonderheft Nr. 3 der Zeitschrift medien praktisch,* September 2000, S. 3–13.

##### Rath, M.:

*Die Pflicht zur Würde. Überlegungen zu einem medienethischen Problem.* In: *Medienheft,* 20. 4. 2001, S. 1–10.

##### Schicha C./Brosda C. (Hrsg.):

*Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft.* Münster 2000.

##### Schmitz, M.:

*Fernsehen zwischen Apokalypse und Integration. Zur Instrumentalisierung der Fernsehunterhaltung.* Baden-Baden 1995.

##### Schneider, N.:

*„Los mit Lustig“ – eine thematische Einführung.* In: G. Roters/W. Klingler/M. Gerhards (Hrsg.): *Unterhaltung und Unterhaltungsrezeption.* Baden-Baden 2000, S. 19–31.

##### Winter, R.:

*Was ist populäre Unterhaltung? Die Perspektive der Cultural Studies.* In: *medien praktisch* 2000, H. 96, Oktober, S. 21–26.

##### Wunden, W. (Hrsg.):

*Freiheit und Medien.* Frankfurt a. M. 1998.