



Christian Schicha:
Medienethik. Grundlagen – Anwendungen – Ressourcen. München 2019:
 UVK/UTB. 321 Seiten, 19,99 Euro

Medienethik

Wer sich umfassend und überblicksartig dem Themenfeld „Medienethik“ widmen möchte, liegt bei vorliegendem Buch richtig. Beispielreich und grundlegend wird hier dieser Wissenschafts- und Diskursbereich aufbereitet. Es handelt sich um eine Art Lehrbuch, in dem es um konkrete Anwendungsbereiche für kommunikationsorientierte Berufsfelder wie Journalismus, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Werbung oder Medienproduktion geht.

Der Aufstieg der Disziplin „Medienethik“ wurde durch die Medienentwicklungen der letzten Jahrzehnte zwangsläufig befeuert, sodass mittlerweile viele Anthologien, Aufsätze und Monografien hierzu publiziert sind. Das vorliegende Buch bietet einen aktuellen bibliografischen Überblick zum Thema und stellt eine gute Materialsammlung dar. Wie der Untertitel bereits ankündigt, geht es um Grundlagen und Anwendungen.

Medienentwicklungen werden in der Medienethik kritisch reflektiert und Möglichkeiten für Steuerungsprozesse werden aufgezeigt. Das alles mündet in einer Kombination aus theoretischen Begründungen auf der Basis moralphilosophischer Normen und einer gut begründeten Umsetzung auf der Ebene der konkreten Medienpraxis. „Die Disziplin der Medienethik als Angewandte Ethik umfasst also eine systematische philosophische Fundierung mit Theorieanteilen und praktischen Bezügen. [...] Neben dem Blick auf die reinen Medieninhalte werden die Prozesse der Produktion, Bereitstellung und Nutzung mit in die Analyse einbezogen“ (S. 26), so der Autor. Alle Facetten werden durchdekliniert und mit Beispielen belegt.

Im Grundlagenteil ist dementsprechend ein solider Überblick zu Theorien und ethischen Prinzipien zu finden. Hier geht es natürlich um Öffentlichkeit, Journalismus oder Medienwirksamkeit. Das mag stellenweise wie ein Grundkurs im Seminar „Medienwissenschaft“ oder „Grundlagen des Mediensystems“ wirken, ist aber als eine Voraussetzung für die Medienethik anzusehen. Insofern ist dieses Buch auch für angrenzende Diskursbereiche gut anwendbar.

Praktikabel und sehr anschlussfähig für die Lehre ist ebenfalls der Abschnitt „Anwendungen“, der auch den größten Teil des Buches ausmacht. Hier finden sich Ausführungen zu besonderen Fallbeispielen. Das Feld ist recht breit angelegt. Selbstverständlich gibt es Exkurse zum Boulevardjournalismus der „Bild“-Zeitung oder zu ethischen Aspekten fiktionaler Film- und Fernsehstoffe, beispielsweise anhand der Serie *Breaking Bad*, die für eine ambivalente Medienproduktion steht, welche sich einer eindeutigen Beurteilung entzieht und gerade deshalb so attraktiv ist. Thematisiert werden aber auch Medienskandale, Fake News, Bildethik, Berichterstattung über Geflüchtete und Terroranschläge oder Ethiken bestimmter Medienproduktionsbereiche. So geht es also auch um Authentizität, Wahrhaftigkeit, Grenzüberschreitungen und normative Hürden. Schicha belässt es nicht bei theoretischen Erläuterungen, sondern bestückt auch diese Einordnungen mit vielen Beispielen. Die sind für Expertinnen und Experten nicht unbedingt überraschend, stellen aber eine Art Meilensteinliste exemplarischer Fälle für dieses Diskursfeld dar. Vieles wird hier zusammengetragen, was vielleicht nicht neu, aber wichtig ist. Es ist auch nicht vorauszusetzen, dass heutige Generationen diesbezüglich alle signifikanten Medienereignisse der letzten Jahrzehnte überblicken und einordnen können. Das macht den Wert dieses Buches aus, das unprätentiös, unaufgeregt und praxisorientiert medienethische Diskurse verhandelt. Der Band bündelt exemplarisch die theoretische Rahmung mit den dazugehörigen Diskussionsobjekten der Medienethik.

Auch Fragen der Medienselbstkontrolle werden dezidiert behandelt. Der Autor weist mehrfach darauf hin, dass Medien in Deutschland mit Ausnahme der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanbieter dem Markt- und nicht dem Integrationsmodell folgen. Glaubwürdigkeit ist daher ein wesentlicher Faktor im Medienbetrieb, womit wir wieder bei der Medienethik sind.

Positiv hervorzuheben ist auch der Teil „Ressourcen“, in dem es um Medieninstitutionen geht, die sich mit Fragen der Medienethik auseinandersetzen. Diese Übersicht ist durchaus recht weit gespreizt, beinhaltet sie doch auch Stiftungen und Recherchenetzwerke, die eher medienkritisch als -ethisch verorten sind. Andererseits sind diese Institutionen – von BILDblog bis zum Netzwerk Recherche – Teil eines Spektrums, das in Deutschland den Diskurs über mediale Produktionen und Prozesse bestimmt. Wie auch an anderen Stellen des Buches steht die Einordnung und Vermittlung von Information und Zusammenhängen im Vordergrund. Die einzelnen Buchkapitel bieten zudem immer ein bibliografisches Verzeichnis, das weiterführende Literaturtipps bereithält. Das Buch ist ein souveräner Ritt durch alle institutionellen, rechtlichen und kommunikationstheoretischen Schnittstellen zur Medienethik. Von Walter White bis zum Deutschen Presserat, eine breite Palette der Auseinandersetzung, ein nützlicher Rundumschlag, vor allem für Lehrende und Studierende.