

Medienethik und Medienqualität¹

von Christian Schicha

aus : Zeitschrift für Kommunikationsökologie 2/2003, S. 44-53

Zusammenfassung

Der nachfolgende Artikel skizziert zunächst die normativen Anforderungen an eine Medienberichterstattung in Demokratien vom Typ der Bundesrepublik Deutschland auf der Idealebene, wobei die Sachzwänge eines unter kommerziellen Vorgaben agierenden Mediensystems, das unter Konkurrenzbedingungen handelt, zunächst ausgeblendet bleiben. Auch auf die Rahmenbedingungen der oftmals unter Zeitdruck arbeiteten Berichtersteller wird zunächst nicht eingegangen, obwohl dadurch die Qualität der Medienprodukte erheblich leiden kann.

In einem weiteren Schritt werden Aufgaben und Funktionen der Medienethik aufgezeigt, die sich auch auf moralisch fragwürdige Beispiel im Spannungsfeld zwischen normativen Vorgaben und Zwängen innerhalb der konkreten Medienpraxis beziehen. Dabei wird auch auf die Aufgabe einer Medienethik als Steuerungs- und Reflexionsfunktion eingegangen, bevor der Verantwortungshorizont von der journalistischen Individualethik über die Institutionsethik bis hin zur Publikumsethik aufgezeigt wird. Es werden weiterhin Ebenen der medienethischen Argumentation von einzelnen moralischen Urteilen bis hin zu abstrakten Theoriekonzeptionen beschrieben, bevor Qualitätskriterien dargestellt werden, die sowohl handwerkliche als auch normative Anforderungen an die Medienprodukte umfassen.

Weiterhin werden zentrale Merkmale und Aufgaben von Selbstkontrollinstanzen wie u.a. dem Deutschen Presserat und ihr Bezug zu medienethischen Qualitätskriterien erörtert, bevor in einem vorläufigen Fazit weitere Arbeitsschritte skizziert werden, die einen konstruktiven Beitrag dazu leisten können, um Kriterien für eine angemessene Bestimmung medienethischer Qualitätskriterien für die Medienpraxis zu erhalten.

Einleitung

Die Situation auf dem Medienmarkt ist mehr als angespannt. Durch die Kirch-Pleite und die Krise auf dem Zeitungsmarkt geht es in der aktuellen öffentlichen Debatte oftmals wenig um Aspekte der Medienqualität, sondern eher um das Überleben von Medienprodukten und den Erhalt von Arbeitsplätzen. Die wirtschaftlichen Schwierigkeiten bei überregionalen Qualitätszeitungen haben u.a. dazu geführt, dass die Frankfurter Allgemeine Zeitung betriebsbedingte Kündigungen ausgesprochen hat, die Frankfurter Rundschau beim Ministerpräsident Koch in Hessen eine Landesbürgerschaft beantragte und die NRW-Seiten der Süddeutschen Zeitung eingestellt wurden. Es stellt sich die Frage, ob unter diesen Rahmenbedingungen überhaupt noch eine angemessene Berichterstattung erfolgen kann, die auch medienethischen Standards entspricht.

Diese Entwicklung berührt vor allem die Medienschaffenden selbst, aber auch Kontroll- und Aufsichtsgremien sowie die Verantwortlichen der Produktionen und Inhalte, wie unlängst auf

¹ Für konstruktive Anregungen und Kritik danke ich den Herren Professoren Birnbacher (Universität Düsseldorf), Debatin (Universität Ohio, USA), Funiok (IKM, München) und Pöttker (Universität Dortmund) sowie Ingrid Stapf und Carsten Brosda.

einer Medientagung über Qualitätsstandards in den Medien noch einmal festgestellt worden ist (Bündnis90/Die Grünen 2003 (Hrsg.)). Qualitätserhaltung ist aufgrund der normativen Postulate an eine kritische und pluralistisch ausgerichtete Medienvielfalt schließlich unabdingbar, wie im Anschluss aufgezeigt wird.

Normative Ansprüche an die Medienberichterstattung

Massenmedien gelten dem idealtypischen Anspruch zufolge als Vermittlungsinstanz zum Verständnis von ökonomischen, politischen und sozialen Zusammenhängen für eine offene, freie und möglichst vollständige Diskussion verschiedener Standpunkte. Mit ihren Mitteln stellen sie Öffentlichkeit her und sorgen für den Austausch von Informationen und Meinungen. Politische Medien sind für die freiheitliche Demokratie unentbehrlich. Ihre Aufgabe wird darin gesehen, in einem Prozess ständiger geistiger Auseinandersetzung den Widerstreit der Meinungen als schlechthin konstituierendes Merkmal einer freiheitlich demokratischen Staatsordnung zu gewährleisten. Massenmedien, so die grundlegenden Ansprüche, müssen vollständig, objektiv und verständlich informieren und verschiedene Standpunkte artikulieren. Freie Kommunikation gewährleistet die Konstituierung des öffentlichen Prozesses in der Willens- und Entscheidungsbildung als Bestandteil der Demokratie für eine kritische Öffentlichkeit. Die normativen Aufgaben der Massenmedien lassen sich zurückführen auf:

- die Informationsfunktion (Nachrichtenvermittlung),
- die Bereitstellung relevanter Themen für den öffentlichen Diskurs (Agenda-Setting),
- die Bildungs- und Sozialisationsfunktion (Vermittlung von Werten),
- die Integrationsfunktion (Suchen gemeinsamer Ziele),
- die Korrelationsfunktion (Meinungsbildung),
- die Artikulationsfunktion (aller gesellschaftlichen Kräfte)
- sowie die Kritik- und Kontrollfunktion.

Die Verknüpfung der skizzierten ethischen Aspekte mit den journalistischen Qualitätsstandards hat auch die Charta der Initiative Qualität im Journalismus (IQ) dokumentiert, die auf dem DJV-Verbandstag 2002 beschlossen worden ist. Dort heißt es: „Medien erfüllen eine verantwortungsvolle Aufgabe. Sie leisten einen wesentlichen Beitrag zur unabhängigen Information, zur Kritik und Kontrolle, zur freien Meinungs- und Willensbildung in der demokratischen Auseinandersetzung und zur kulturellen Erfahrung. Um diese öffentliche Aufgabe angemessen und glaubwürdig wahrzunehmen, sind Journalistinnen und Journalisten verpflichtet, die Qualität im Journalismus zu fördern und zu sichern.“(vgl. Charta der IQ des DJV 2003).

Da diese abstrakten normativen Postulate in der Medienberichterstattung in vielen Fällen nicht verwirklicht werden und auch moralisch-fragwürdige Programminhalte und –formen die Medienpraxis mitbestimmen, ist die Medienethik als „Krisenreflexion“ gefordert, Normverstöße aufzuzeigen und normative Richtlinien für einen adäquaten medialen Qualitätsstandard zu liefern. Dabei kann auch auf Verhaltensgrundsätze im Bereich der Medizinethik (vgl. Sass (Hrsg.) 1989), Technikethik (vgl. Lenk/Ropohl (Hrsg.) 1993), Wirtschaftsethik (vgl. Lenk /Maring (Hrsg.) 1992) und ethischen Normen der Public Relations (vgl. Avenarius 1998, Krainer 2001) zurückgegriffen werden.

Aufgaben und Funktionen der Medienethik

Die öffentliche Debatte über Qualität und Ethik im Rahmen der Medienberichterstattung wird geführt durch die Beobachtung und Analyse alltäglicher Defizite im Medienspektrum und spektakulärer journalistischer Fehlleistungen u.a.

- in Form der Fälschung von Presseprodukten,
- der Manipulation von Fotoaufnahmen,
- durch Zensurmaßnahmen bei der Kriegsberichterstattung,
- bei der Verletzung des Persönlichkeitsschutzes von Prominenten und von Angehörigen bei Unglücken und Katastrophen sowie der
- unkritischen „Hofberichterstattung“ (vgl. Brosda/Schicha 2000, Gleich 2003).

Die Disziplin der „Medienethik“ wird zur Sensibilisierung und Verantwortungszuschreibung herangezogen, um Defizite im Bereich der Medienangebote, der Mediennutzung sowie der Programminhalte aufzuzeigen.

Im Zentrum der medienethischen Analyse steht der Zusammenhang zwischen medialem Ausdruck und menschlichem Verhalten (vgl. Wiegerling 1998). Die medienethische Reflexion soll alternative Handlungskonzepte anbieten, anhand derer die Qualität und Angemessenheit medialen Handelns bewertet werden können.

Die Medienethik verfolgt die Aufgabe, Regeln für ein verantwortliches Handeln in der Produktion, Distribution und Rezeption von Medien zu formulieren und zu begründen, um ethisch gebotene Selbstverpflichtungen der am Medienprozess beteiligten Berufsgruppen, Branchen und Individuen zu bewerkstelligen und die Verantwortung des Publikums zu berücksichtigen.

Sie kann Debatin (1997) zufolge in ihrer Orientierungsfunktion gegenstandsorientiert entwickelt werden, indem sich ihr Blick auf die Inhalts- und Anwendungsbereiche richtet oder nach funktionalen Gesichtspunkten zentriert wird, sofern die von der Medienethik erwarteten Leistungen im Mittelpunkt des Interesses stehen. Auf der Basis der *Steuerungsfunktion* fungiert sie als integrierendes, legitimierendes und motivbildendes Element, das sowohl auf der institutionellen und organisatorischen Ebene als auch auf der Ebene des individuellen Agierens fungiert.

Auf der institutionell-organisationsinternen Ebene werden neben allgemeinen ethischen Prinzipien auch Satzungen, Geschäftsordnungen und Programmgrundsätze formuliert, die u.a. Normen der wahrheitsgemäßen Berichterstattung, der Sorgfaltspflicht (im Rahmen der Recherche), der Menschenwürde und des Diskriminierungsverbotes umfassen, die durch ethische Institutionen und Kontrollgremien wie den Deutschen Presserat durchgesetzt werden sollen. Weiterhin umfasst die Steuerungsfunktion auch medienspezifische Berufsnormen, die u.a. in Pressekodizes verankert sind. Dort kommen professionsspezifische Werte wie Wahrheit, Objektivität, Richtigkeit und Sorgfaltspflicht als ethische Leitlinien zum Tragen. Zudem werden ethische Selbstverpflichtungen auf der Organisationsebene formuliert.

Im Rahmen der *Reflexionsfunktion* besitzt die Medienethik einerseits die Aufgabe, Operationen und Auswahlprozesse des Mediensystems und der beteiligten Akteure unter einer ethischen Perspektive zu reflektieren, andererseits unterliegt sie der moralphilosophischen Aufgabe, medienethische Prinzipien selbst zu begründen. Die Reflexion bezieht sich u.a. auf die kritische Analyse von problematischen medialen Formen (z.B. Gewalt und Pornographie). Sie bezieht sich aber auch auf technische, institutionelle, ökonomische und soziale Strukturen und Prozesse innerhalb des Mediensystems.

Es reicht jedoch nicht aus, dass sich die Medienethik auf die Reflexionsfunktion beschränkt, da sonst ihre praktische Umsetzung vernachlässigt wird. Der Anwendungsbezug sollte daher gewährleistet bleiben.

Medienethik zwischen Theorie und Praxis

Um insgesamt die Differenz zwischen hohen moralischen Ansprüchen und den menschlichen Unvollkommenheiten und Sachzwängen zu überbrücken, trifft Birnbacher (1988) die Unterscheidung zwischen idealen Normen und Praxisnormen. Die Aufgabe einer wirksamen

angewandten Ethik für die Praxis besteht nunmehr darin, dass ideale Normen im Verständnis von „Durchführungsregeln“ eine praktikable Angleichung an die faktischen Verhältnisse erfahren, um eine Vermittlungsfunktion zwischen der abstrakten idealen Ethik einerseits mit den anthropologischen und psychologischen Realitäten andererseits zu bewerkstelligen. Oft sind anspruchsvolle ethische Prinzipien zu rigoros, um eine Chance zur Durchsetzung in der Praxis zu erreichen. Darüber hinaus weichen sie oftmals zu gravierend von den gängigen Gegebenheiten und Konventionen der Lebenspraxis ab, um die Akteure zur Durchführung entsprechender Prinzipien zu motivieren. Insofern sind die Durchsetzungsbedingungen idealer Normen ein wesentlicher Maßstab für die Wirksamkeit entsprechender Leitlinien. Die zentrale Aufgabe einer tragfähigen angewandten Moralkonzeption liegt darin, einen Kompromiss zu finden zwischen der legitimen Anpassung an die faktischen Gegebenheiten, ohne sich jedoch zu stark an opportunistischen Gepflogenheiten in der Praxis zu orientieren. Eine Aufgabe der angewandten Ethik besteht nunmehr darin, dass ideale Normen eine praktikable Angleichung an die faktischen Verhältnisse erfahren, um Kompromisse zu finden, bei denen ideale Leitbilder zwar nicht aufgegeben werden, jedoch soweit operationalisierbar gestaltet werden können, dass sie als Handlungsoptionen in der Praxis Entscheidungshilfen bei der ethischen Urteilsbildung bieten können.

Auch im Kontext der Medien- bzw. journalistischen Ethik ist ein Spannungsfeld zwischen Ideal- und Praxisnormen zu verzeichnen. Schließlich gilt: „Systematische Imperative wie Rentabilität, Markt- und Zielgruppenorientierung, Konkurrenz-, Zeit und Erfolgsdruck, aber auch strukturelle Zwänge der Organisation, wie Organisationsroutinen, Redaktionsmanagement, Arbeitsverteilung und ‚redaktionelle Linie‘ können einem an medienethischen Werten und Normen ausgerichteten Handeln entgegenstehen.“ (Debatin 1997, S. 284) Folglich spielen also u.a. die Imperative der Ökonomie im Medienwettbewerb eine zentrale Rolle, die ggf. konträr zu den medienethischen Idealnormen stehen können. Das Spannungsfeld zwischen ökonomischen Zwängen und der Qualitätssicherung im Journalismus wirkt sich schließlich auch auf die Qualität der Informationsleistung und die Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit als Voraussetzung der wirtschaftlichen Existenz auf dem Medienmarkt aus (vgl. Gleich 2003, Weischenberg 2003).

Die Ethik fungiert letztlich als Reflexionskompetenz, das als Verfahren zur Synchronisation zwischen normativen Ansprüchen und praktischen Sachzwängen dient.

Dennoch ist sie als Orientierungsrahmen die Aufrechterhaltung weitreichender normativer Anforderungen auf einer allgemeinen Idealebene unerlässlich, um eine zu starke Akzeptanz an bereits erfolgte Entwicklungen zu vermeiden, die aus ethischer Perspektive zu korrigieren sind.

Unterschiedliche Bezugsebenen ethischer Verantwortung

In der kommunikationswissenschaftlichen und philosophischen Debatte um die Medienethik sind zunächst zwei Ansätze und theoretische Zugangsweisen zu beobachten. Der *normativ-ontologische Diskurs* bewegt sich weitgehend in der Tradition der Individualethik und versucht, allgemeingültige Maßstäbe etwa der Wahrheit und der Freiheit am konkreten individuellen Handeln oder Unterlassen festzumachen. *Systemtheoretische Modellvorstellungen* hingegen fokussieren den Blickwinkel nicht auf das Individuum, sondern geben ihre Ausgangsbasis bei den Medien als Teil der gesellschaftlichen Systematik an. Darüber hinaus wird weitergehend eine Standesethik der Profession ebenso diskutiert wie die Publikumsethik, die beim Empfänger und nicht beim Betreiber von Medienprogrammen ansetzt.

Insgesamt kann zwischen folgenden vier Ansätzen differenziert werden:

- *Individuelethische Maximen* sind als moralische Verhaltensregeln für den einzelnen Journalisten formuliert. Dort werden allgemeine moralische Gewissensnormen des

Individuums vorausgesetzt, „die als motivationale Handlungsorientierung und interne Steuerung des Individuums fungieren“ und „konkrete journalistische Praktiken und Verhaltensweisen“ (Debatin 1997, S. 283) initiieren. Als Vertreter dieses normativ-ontologischen Ansatzes hebt Boventer (1988) die Verantwortung jedes einzelnen Journalisten für seine Berichterstattung hervor. Journalisten und Journalistinnen besitzen schließlich eine umfassende Rollenverantwortung, die in ihrer Berichterstattung zum Ausdruck kommen muss (vgl. auch Wild 1990).

- *Professionsethische Maßstäbe* sollen dafür sorgen, dass das berufliche Verhalten im Kontext der Medienberichterstattung „berechenbar“ ist. Es wird daher in „Standesethiken“ von Seiten der Berufsverbände kodifiziert (vgl. Teichert 1996). Es geht insgesamt darum, berufliches Verhalten berechenbar zu machen und moralisch angemessen zu gestalten. Insgesamt können professionsethische Maßstäbe in Standesethiken (z.B. Deutscher Presserat) im Verständnis einer Selbstkontrolle kodifiziert werden.
- Die *System-/Institutionenethik* hebt die Verantwortung der Medienunternehmen hervor, um der journalistischen Tätigkeit angemessene Rahmenbedingungen einer sozialverantwortlichen Arbeit zu ermöglichen. Rühl und Saxer (1981) plädieren für eine makroperspektivische Sichtweise journalistischen Handelns unter Berücksichtigung der politischen, ökonomischen und juristischen Gegebenheiten. Bei diesem empirisch-analytischen Ansatz ruht die Verantwortung dann auch auf den Schultern der Gesetzgeber, Medieneigner und Medienmitarbeiter. Die Ethik kommt hierbei in sozialen Entscheidungsstrukturen zum Tragen, die in Personal- und Sozialsysteme eingebettet wird.
- Bei der *Publikumsethik* rückt die Verantwortung der Rezipienten in den Blickpunkt. Der mündige Zuschauer soll durch die Verweigerung der Rezeption moralisch fragwürdiger Programminhalte dazu beitragen, das Qualitätsniveau der Programminhalte auf dem Mediensektor anzuheben. Im Rahmen einer Publikumsethik soll eine Zurückweisung minderwertiger oder moralisch fragwürdiger Produkte, etwa durch Programmverzicht oder Boykottaufruf dazu beitragen, sich diesem Ziel anzunähern (vgl. Funiok 1996).

In einem vielschichtig ausdifferenzierten Mediensystem lässt sich zwischen sechs medienethischen Inhaltsbereichen differenzieren, bei denen die Bedingungen für ethisches Handeln mit unterschiedlichen Reichweiten angesiedelt sind (vgl. Thomas 2002):

- Auf der *metaethischen Ebene* werden die grundlegenden Prinzipien (z.B. Freiheit, Verantwortung) diskutiert, die eine fundamentale Bedeutung für die unabhängige und ethisch angemessene Medienberichterstattung besitzen.
- Auf der *medienpolitischen Ebene* wird der Rahmen festgelegt, in dem sich Mediensysteme und Medienunternehmen organisieren. An diesem Punkt wird z.B. geregelt, ob die Informationsfreiheit das Zeugnisverweigerungsrecht einschließt oder nicht.
- Auf der *Organisationsebene* steht das Tun und Unterlassen der einzelnen Medienunternehmen im Rahmen der Pressefreiheit im Zentrum des Interesses. Hierbei lassen sich Unterschiede aufzeigen, ob die Unternehmen dem Modell der Integration verpflichtet sind (z.B. öffentlich-rechtliche Rundfunkanbieter) oder primär dem kommerziellen Marktmodell wie etwa Boulevardzeitungen folgen. Dabei kommt das Modell der Organisationsethik zum Tragen.
- Auf der *berufsbezogenen Ebene* werden die allgemeinen normativen Ansprüche an journalistisches Handeln und ihre Umsetzung formuliert. An diesem Punkt wird das Modell der Institutionsethik tangiert.

- Auf einer *personalen Ebene* schließlich stehen die Handlungsspielräume und Gestaltungsoptionen des einzelnen Journalisten und Rezipienten im Mittelpunkt, die beide bei der Partizipation an der Medienkommunikation besitzen. Hierbei spielen sowohl die individuelle Verantwortungsethik als auch die Publikumsethik eine Rolle.

Diese Ebenendifferenzierung ist von zentraler Bedeutung, um bei der Beschreibung von Konfliktfeldern in der konkreten Medienpraxis Möglichkeiten der Adressierung für Verantwortungszuschreibungen und Handlungsorientierungen zu bieten und im Sinne einer Arbeitsteilung Interdependenzen und Gemeinsamkeiten zwischen den verschiedenen Ebenen aufzuzeigen, die für die Bewertung medienethischer Dilemmata unverzichtbar sind. In der Praxis kommt es schließlich nicht primär darauf an, medienethische Werte zu setzen, sondern Entscheidungsprozesse bei konkreten Handlungsalternativen zu organisieren, bei denen jedoch auch die kollektive Reflexion ethischer Fragestellungen zum Tragen kommt. Krainer (2002) hat die Reflexion des individuellen ethischen Handlungsbezirkes anhand folgender Fragestellungen exemplarisch skizziert:

- Welche ethischen Fragestellungen ergeben sich in der individuellen Arbeitsrealität bzw. im Rahmen der eigenen Mediennutzung?
- Mit welchen Konflikten und Widersprüchen sieht sich das Individuum dabei konfrontiert?
- Womit ist der Einzelne zufrieden bzw. unzufrieden?
- Welche Veränderungswünsche, -vorschläge und Handlungsoptionen sind möglich, die kritisierten Umstände zu verbessern (z.B. im Arbeitsstil, dem Umgang mit Journalisten oder den Mediennutzungsgewohnheiten) und wo liegen die eigenen Grenzen, die die Mitwirkung anderer erfordern?

Derartige Fragestellungen bieten die Möglichkeit, medienethisch relevante Entscheidungsprozesse zu reflektieren, aus denen sich dann Handlungsoptionen und –alternativen aufzeigen lassen. Es ist vorgesehen, im Rahmen der Studie einen entsprechenden medienethischen Fragenkatalog mit Kriterien für die Organisationsebene und die berufsbezogene Ebene zu entwickeln und für die personale Ebene weiter auszdifferenzieren.

Ebenen der medienethischen Argumentation

Insgesamt kann zwischen fünf idealtypischen Ebenen der philosophisch-ethischen Argumentation differenziert werden, die über unterschiedliche Abstraktionsgrade verfügen und sich auf medienethische Problemstellungen übertragen lassen (vgl. Funiok 2002):

- Auf der ersten Ebene wird im Rahmen moralischer Urteile z.B. entschieden, was veröffentlicht werden darf oder nicht. Dabei spielt die Situationsanalyse des konkreten Falles ebenso eine Rolle wie professionelle Regelstandards, geltende Normen und Loyalitäten. Durch das moralische Urteil wird konkret ausgedrückt, was zu tun oder zu unterlassen ist (vgl. Birnbacher1995) bzw. was als richtig oder falsch klassifiziert werden kann. Entsprechende Urteile werden in der Alltagspraxis der Reaktionen ebenso gefällt, wie in den Entscheidungen des Deutschen Presserates beim Vorliegen von konkreten Beschwerden.
- Auf der zweiten Ebene werden konkrete Regeln und Normen mit z.T. begrenzter Reichweite formuliert, die beispielsweise unlautere Methoden bei der Beschaffung von Nachrichten untersagen (vgl. Ziffer 4 beim Pressekodex des Deutschen Presserates).
- Auf der dritten Ebene werden allgemeine moralische Grundüberzeugungen bzw. Haltungen und Tugenden zum Ausdruck gebracht, die eine hohe Plausibilität für individuelles Handeln beinhalten. Die Aufgabe der angewandten (Medien-)Ethik besteht auch im Rahmen des beantragten Studie darin, die entsprechenden Intuitionen

zu begründen, die in ihnen enthaltenen Prinzipien herauszuarbeiten und eine Rangordnung der entsprechenden Regeln und Normen aufzustellen.

- Einen höheren Abstraktionsgrad weisen ethische Prinzipien auf der vierten Ebene auf. Neben der Anerkennung der Personalität jedes Menschen werden bei der Beurteilung der menschlichen Handlungen und Unterlassungen die Bedeutungen für die individuellen Entwicklungschancen und die Sicherung der personalen Freiheit mit ins Kalkül gezogen. Dabei spielen auch Entwicklungschancen im Bereich der Sozialverträglichkeit und Umweltverträglichkeit für gegenwärtige und zukünftige Generationen eine zentrale Rolle (vgl. Birnbacher 1988, Birnbacher/Schicha 2001).
- Die fünfte Ebene bezieht sich auf die Basis der ethischen Theoriebildung bis hin zur Metaethik, wo darüber diskutiert wird, aufgrund welcher Kriterien ethische Grundprinzipien des moralischen Tun und Unterlassens entwickelt werden können. Dabei kann auf tugendethische Ansätze nach Aristoteles ebenso zurückgegriffen werden wie auf deontologische Begründungen nach Kant oder diskursethische Prinzipien in Anlehnung an Apel oder Habermas.

Beim Blick auf die theoretischen Konzeptionen der angewandten Ethik bieten sich als Basis für die Medienethik zunächst diskurstheoretische Entwürfe einer kommunikativen Ethik an, die partizipatorische, emanzipatorische und advokatorische Gerechtigkeitsprinzipien einschließen (vgl. Loretan 1999, Müller 2001). Dabei kann die „Diskursethik als Basistheorie der Medienkommunikation“ (Lesch 1996, S. 97) klassifiziert werden (vgl. auch Arens 1996). Die kommunikative Ethik hat Debatin (2002) zufolge gezeigt, dass aus der interpersonellen Kommunikation soziale Bindungskräfte und Normen resultieren, die in der Praxis als Steuerungsinstrument wirken und theoretisch als Begründungsgrundlage für die Begründung einer Ethik fungieren können, da im Rahmen von Kommunikationsprozessen die Geltung und Aushandlung von Normen vonstatten gehen. Gerechtigkeit und Achtung sind dabei die konstitutiven Prinzipien, die sich im Bereich der Medienethik konkretisieren können durch die Normen der allgemeinen Rede- und Meinungsfreiheit (Toleranz- und Vielfaltgebot), der Informationsfreiheit und –gerechtigkeit (Grundversorgung und Zugänglichkeit) und der informationellen Selbstbestimmung und Zurechnung (Autonomie und Verantwortung).

Neben diesen normativen Postulaten an zwischenmenschliche Verständigungsprozesse sind jedoch auch inhaltliche Richtlinien erforderlich, um eine medienethische Konzeption zu entwickeln.

Dimensionen von Qualitätskriterien

Bei dem Versuch, den Inhalt von „Qualität“ zu definieren, lassen sich unterschiedliche Bestimmungsgrößen aufzeigen. Das Echte, Unverfälschte, Solide und Dauerhafte gilt dabei als ebenso qualitativ hochwertig wie das Verlässliche und Hochwertige (vgl. Gleich 2003). Qualität ist ein Begriff der mit positiven Konnotationen assoziiert wird und somit als wünschenswerte Kategorie klassifiziert wird. So wird im Bereich des Qualitätsmanagements auf das Konzept des Total Quality Managements (TQM) gesetzt, um im Bereich der Unternehmensführung durch spezielle methodische Zugänge zur Lösung und Bewältigung von Problemen in Form einer Qualitätssicherung beizutragen. TQM zielt dabei auf einen Prozess ständiger Verbesserung, indem es Problembestände analysiert, Ursachen und Wirkungsbeziehungen aufzeigt, um die Effektivität und Effizienz zu optimieren, indem eine präzise Bestimmung der Ziele und Gestaltung zielführender Arbeitsabläufe unter Berücksichtigung von Leitlinien, gesellschaftlichen Wertsetzungen und Qualitätszielen vorgenommen wird. Eine gute Ergebnisqualität, Prozessqualität, Strukturqualität, Produktqualität und Inputqualität liegt dann vor, wenn die an der Lösung eines Problems

vereinbarten Zielvorgaben erreicht worden sind. Dabei sind auch normative Kategorien von Belang, die neben der fachlichen Qualität auch Aspekte der Zufriedenheit, der Vermittlung von Lebensperspektiven und der Sozialverträglichkeit implizieren. Insofern lassen sich ggf. Ergebnisse und Prozessabläufe des TQM auf den Untersuchungsgegenstand der „Medienethischen Qualitätskriterien“ übertragen (vgl. Hummel 1997, Engelhardt 2001, Wyss 2000).

Beim Blick auf die Qualitätskriterien von Medienprodukten gibt es neben den z.T. skizzierten medienethischen Richtlinien weitergehende Ansprüche an die Richtlinien journalistischer Professionalität auf unterschiedlichen Ebenen. Die journalistische *Vermittlungsebene* fordert Aktualität, Verständlichkeit und eine möglichst hohe Reichweite. Auf der *Aussagenebene* der Medienberichte wird ein Neuigkeitswert postuliert und die *Präsentationsebene* benötigt eine möglichst attraktive Form der Medienberichterstattung, um die Aufmerksamkeit eines möglichst umfangreichen Rezipientenkreis an die Berichterstattung zu binden. Insofern kann von einer Differenz zwischen ethischen und professionellen Standards im Rahmen der Medienberichterstattung ausgegangen werden.

Die Qualität kann zwar als Eigenschaft klassifiziert werden, die bestimmten Normen entspricht (vgl. Kübler 1996), jedoch nicht zwingend ethischen Richtlinien folgen muss und ggf. aufgrund von konträren Interessen sogar davon abweichen kann, um z.B. hohe Einschaltquoten unter dem Postulat der Gewinnmaximierung durch die Ausstrahlung moralisch fragwürdiger Programminhalte zu erreichen.

Beim Blick auf normative Qualitätskriterien im Verständnis einer ethischen Orientierung sieht Wallisch (1996) im Aufgreifen der „sozialen Wirklichkeit“ eine Grundlage jeder journalistischen Qualifizierung.

Rager (2000) hat ein Raster vorgelegt, das folgende Dimensionen journalistischer Qualität klassifiziert, das professionelle und ethische Standards gleichermaßen einschließt:

- *Aktualität* stellt dabei die zentrale Dimension journalistischen Handelns dar. Sie lässt sich daran bemessen, wie schnell das Medium auf ein Thema oder Ereignis reagiert.
- *Relevanz* umfasst den Tatbestand der Bedeutsamkeit, der Informationen umfasst, die als neu und wichtig eingestuft werden.
- *Richtigkeit* gilt als das zentrale journalistische Qualitätskriterium. Wahrheit und Genauigkeit fungieren als Voraussetzung von Richtigkeit (vgl. auch Hagen 1996) Es besagt, dass Ereignisse in den Medien exakt und wahrheitsgemäß im Verständnis einer „sachlichen Richtigkeit“ und subjektiven „Wahrhaftigkeit“ dargestellt werden müssen.
- *Vermittlung* bedeutet, dass Themen für den öffentlichen Diskurs bereitgestellt werden, um Aufmerksamkeit herzustellen, die die Relevanz der vermittelten Informationen darlegen.
- *Ethik* fungiert selbst als Hauptfaktor der Qualitätssicherung, da ein Beitrag, der ethische Standards verletzt, keine hohe Qualität zugeschrieben werden kann, selbst wenn er aktuell, gut recherchiert, relevant und brillant geschrieben worden ist.

Weitere Qualitätskriterien umfassen die Kategorien Sachlichkeit und Ausgewogenheit, Vielfalt, Seriosität, Glaubwürdigkeit, Professionalität, Rechtmäßigkeit, Informativität und Verständlichkeit (vgl. Hagen 1996, Kübler 1996). Zusätzlich angegeben werden Aspekte der Maßstabsgerechtigkeit (Repräsentativität), Vollständigkeit, Wichtigkeit, Neutralität, Trennung von Nachricht und Kommentar im Verständnis einer Werturteilsfreiheit (vgl. Neuberger 1997). Die Qualität des Journalismus kommt weiterhin zum Ausdruck durch

- Professionalitätsstandards und Komplexitätsreduktion (Faktentreue, Vereinfachung, Verständlichkeit),
- Originalität (Leseanreiz, Eigenrecherche),
- Transparenz und Reflexivität (Offenlegung der Berichterstattungsbedingungen, Quellenkritik),
- Objektivität (Faktentreue, Vielfalt der Perspektiven, Fairness/Ausgewogenheit, Hintergrundrecherche) (vgl. Ruß-Mohl 1992, Wallisch 1995, Brosius/Rössler/Schulte zur Hausen 2000. Pöttker 1997, 1999, 2000).

Es wird zu untersuchen sein, inwiefern die skizzierten Qualitätskriterien miteinander korrespondieren, ob sie wechselseitig voneinander abhängen und inwiefern sie sich als Beurteilungskategorie für die medienethische und professionelle Anwendungspraxis im Rahmen der Medienberichterstattung operationalisieren lassen.

Selbstkontrollinstanzen

Die Medienselbstkontrolle verfügt Grimm (2002) zufolge insgesamt über größere Eingriffsmöglichkeiten als eine durch Zensurverbote eingeschränkte staatliche Regulierung. Sie gilt als flexibel und ist in der Lage, eine Synchronisation zwischen medienökonomischen und ethischen Zielen vorzunehmen. Selbstkontrollinstanzen folgen der Logik der deontologischen Ethik, da es dort um das Angebot von Maximen geht, an denen sich die Berichterstatter bei ihrem Tun und Unterlassen zunächst unabhängig von den konkreten Umständen bzw. den entsprechenden Folgen orientieren können (vgl. Weischenberg 1992).

Die meisten Kodizes operieren mit abstrakten Begriffen wie Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Verantwortung, Objektivität, Sorgfalt, Verantwortlichkeit, Wahrung des Berufsgeheimnisses. Verboten sind u.a. Diffamierungen, Verunglimpfungen, Pauschalverdächtigungen, Diskriminierungen, unlautere Methoden (vgl. u.a. Deutscher Presserat (Hrsg.) 2002). Diese Selbstverpflichtungen drücken eine Akt des Wollens aus, indem sie Zielrichtungen und Normen vorgeben, die sich an gesellschafts- und demokratiepolitischen Zielen orientieren. Dabei werden normative Werte als absolut gesetzt, obwohl sie in einer pluralistischen Gesellschaft eher relativ gesehen werden sollten und die Arbeitszwänge der journalistischen Praxis z.T. auch ausblenden (vgl. Krainer 2001).

Zu den Medienkontrollinstanzen gehören u.a. die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften (BPjS), die Freiwillige Selbstkontrolle der Filmwirtschaft (FSK), die Unterhaltungssoftware Selbstkontrolle (USK) sowie die Freiwillige Selbstkontrolle Multimedia-Diensteanbieter e.V. (FSM) (vgl. Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft Deutschlands. Weg in die Informationsgesellschaft Deutscher Bundestag (Hrsg.) (1998)). Die Ergebnisse länderübergreifender Untersuchungen zur freiwilligen Selbstkontrolle sollten ebenfalls in weitergehende Arbeiten einfließen (vgl. Wiedemann 1992, Bock 1996).

Im Folgenden werden die Grundzüge einiger Kontrollinstanzen exemplarisch skizziert, auf unter dem Aspekt der ethischen Reichweite weitergehend eingegangen werden soll. Zudem soll die Handhabbarkeit der Kriterien dieser Ansätze für die konkrete Medienpraxis umfassend analysiert werden.

Der Deutsche Presserat

Die Selbstkontrolle als professionsethische Maxime soll u.a. der 1957 gegründete Deutsche Presserat leisten. Innerhalb dieser Organisation wurden publizistische Grundsätze entwickelt, bei denen lautere Methoden bei der Informationsbeschaffung, der Achtung des Privatlebens und das Verbot der Diskriminierung festgeschrieben sind. Manipulationsverbot und Informationssachlichkeit werden als weitere Kriterien journalistischer Berichterstattung postuliert. Die Achtung der Menschenwürde und die Wahrhaftigkeit sind die zentralen Begriffe des Deutschen Standesrechts (vgl. Deutscher Presserat (Hrsg.) 2002, zur Kritik am Presserat weitergehend Saxer 1984, Bermes 1991, Eisermann 1993, Pöttker 2001, Leschke 2001, Bölke 2001).

Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen

Das Ziel des Jugendmedienschutzes liegt darin, Filme oder Sendungen, die ggf. das geistige bzw. seelische Wohl von Kindern oder Jugendlichen beeinträchtigen, nur in den Altersgruppen freizugeben, die im Rahmen ihrer emotionalen und intellektuellen Entwicklung keinen Schaden bei der Rezeption der entsprechenden Programme nehmen. Es geht weniger um die moralische Beurteilung der konkreten Inhalte, sondern um die angenommenen ggf. schädigenden Wirkungen. Die Verbreitung von Medieninhalten, die die im Grundgesetz festgelegten Werte gefährden, ist zu unterlassen. Dies betrifft Kategorien der Menschenwürde, das Recht auf Leben und die körperliche Unversehrtheit, die freie Entfaltung der Persönlichkeit und das Prinzip der Gleichheit und Gleichberechtigung (vgl. von Gottberg 2001). Die Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSF) wurde 1994 von den privatkommerziellen Fernsehanbietern gegründet, um den Jugendschutz im Fernsehen zu verbessern. Ihre Aufgabe besteht darin, Sendungen vor der Ausstrahlung auf freiwilligem Wege nach Jugendschutzgesichtspunkten zu prüfen und im Rahmen dieses Verfahrens entweder eine spätere Sendezeit festzulegen oder Schnitte bei jugendbeeinträchtigenden Szenen zu verlangen. In extremen Fällen kann die Ausstrahlung einer Sendung auch ganz untersagt werden. Die Prüfgrundsätze (FSF 1996) richten den Fokus darauf, dass eine „Gefährdung oder Beeinträchtigung von Kindern und Jugendlichen, insbesondere eine sozialetische Desorientierung, durch Fernsehsendungen“ verhindert werden muss. Grundsätzlich dürfen Sendungen, die extreme Gewalt verherrlichen oder verharmlosen ebenso wenig gezeigt werden, wie pornographische Darstellungen und Sendungen, die spezifische sexuelle Darstellungen enthalten. Verboten sind zudem kriegsverherrlichende Programme, die zum Rassenhass aufstacheln. Darüber hinaus findet eine Staffelung von Altersfreigaben statt, die mit unterschiedlichen Ausstrahlungszeiten korrespondiert.

Freiwillige Verhaltensgrundsätze zu Talkshows

Der Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V. hat sich zusammengeschlossen, um freiwillige Verhaltensgrundsätze für Talkshows im Tagesprogramm der privatkommerziellen Fernsehanbieter in Zusammenarbeit mit der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSK) zu entwickeln. Der Kodex enthält in erster Linie Leitlinien zur inhaltlichen Ausgestaltung von Talkshows und Hinweise auf potenzielle organisatorische Maßnahmen in bezug auf ihre Umsetzung und Vorgaben für die institutionelle Einbindung der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen im Kontext der Programmierung von Talkshows im Tagesprogramm. In den Richtlinien heißt es: „Talkshows leisten in ihrer Gesamtheit einen Beitrag zur Wertebildung in der Gesellschaft [...] Zu den ethischen Grundlagen einer verantwortlichen Programmpolitik gehören Meinungsfreiheit, Wertepluralismus,

Diskriminierungsverbot und das Toleranzprinzip, deren Umsetzung in der Programmpraxis von der Achtung der Menschenwürde, der Persönlichkeitsrechte, der Achtung religiöser Gefühle und des Jugendschutzes getragen sein müssen.“ (VPRT 1998, S. 2) Diese Aspekte sind bereits in einer Jahrestagung des „Netzwerk-Medienethik“ ausführlich diskutiert worden. Es wird in den Leitlinien weiterhin postuliert, dass mit den Themen Sexualität, Gewalt und dem Umgang mit Minderheiten „besonders sensibel“ umgegangen werden solle. Rassistische und volksverhetzende Positionen sollten kein Forum für eine „unwidersprochene Selbstdarstellung geboten werden“. Insgesamt sollen „sozialethisch desorientierende Wirkungen bei Kindern und Jugendlichen verhindert werden.“ Weiterhin sollen „Konfliktlösungen oder Konfliktlösungsstrategien“ erörtert werden.

Aufgaben und Richtlinien der Landesmedienanstalten (LMA)

Die Landesmedienanstalten (LMA) fungieren als Medienregulierungsbehörden, um moralisch- fragwürdige Programminhalte zu bewerten (vgl. ALM 1999) Medienregulierung und Medienaufsicht orientieren sich an den Fragen der Partizipation an den Medien, dem chancengleichen Zugang zu ihnen sowie der Wahrung bestimmter Schutzbereiche. Dazu gehören neben dem Jugend-, Daten-, und Verbraucherschutz auch der Schutz der Persönlichkeitsrechte und der Menschenwürde. Die Medienaufsicht setzt sich dabei mit Aspekten auseinander, die zwar noch keine Rechtsfragen behandeln, aber über reine Geschmacksfragen hinausgehen, also Wertefragen tangieren (vgl. ALM 2000).

Die Landesmedienanstalten (vgl. Gemeinsame Stelle Jugendschutz, Programm, Medienkompetenz und Bürgermedien der Landesmedienanstalten 2001) haben z.B. einen Bewertungsleitfaden für die Programmaufsicht im Rundfunk vorgelegt und dabei handhabbare Kriterien für die Definition und die normative Bewertung von Gewaltdarstellungen und Sexualität im Fernsehen aufgezeigt. In den Programmgrundsätzen geht es um die grundlegende Bestimmung von ethischen Werten und Normen, die im Rahmen der ethisch fragwürdigen Programminhalte relevant sind. Konkret werden die Forderungen nach Einhaltung der „Menschenwürde“, das Postulat der „Achtung“ und „Gleichberechtigung“ und die Einhaltung des „Persönlichkeitsschutzes“ angemahnt. Darüber hinaus wird eine Grenzziehung zum Aspekt von juristischen Straftatbeständen gezogen, indem Kategorien der „Volksverhetzung“, das Zeigen von „Strafbaren Gewaltdarstellungen“ und von „Pornographie“ problematisiert werden.

Jugendschutzgesetz (JuSCHG) und Jugendmedienschutz-Staatsvertrag (JMSTV)

Das aktuelle Jugendschutzgesetz (www.artikel5.de/gesetze/juschg.html) trat ebenso wie der Staatsvertrag über den Schutz der Menschenwürde und den Jugendschutz in Rundfunk und Telemedien (www.artikel5.de/gesetze/jmstv.html) am 1. April 2003 in Kraft. Das JuSCHG regelt zum einen den Jugendschutz in der Öffentlichkeit (z.B. Abgabeverbot von Tabak und Alkohol an Jugendliche) während es beim Jugendmedienschutz darum geht, Kinder und Jugendliche vor gewaltverherrlichenden und pornographischen Darstellungen in Büchern, Videos und neuerdings auch Computerspielen auf Trägermedien zu schützen. Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Medien entscheidet nun darüber, ob ein Trägermedium auf dem Index steht und damit für Jugendliche nicht mehr zugänglich gemacht werden soll. Der JMSTV differenziert zwischen unzulässigen Angeboten für das Fernsehen und für das Internet, die generell verboten sind, sofern sie pornographisch sind oder den Krieg bzw. die Gewalt verherrlichen. Ordnungswidrigkeiten sind zu verzeichnen, sofern Propagandamittel im Sinne des Strafgesetzbuches verbreitet werden und Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen verwendet werden, die gegen die Menschenwürde verstoßen.

Vorläufiges Fazit und weitere Arbeitsschritte

Um Kriterien für eine angemessene Bestimmung medienethischen Qualitätskriterien für die Medienpraxis zu erhalten, ist zunächst eine systematische Zusammenstellung, Ausarbeitung und Fundierung theoretischer Forschungsergebnisse zu medienethischen Fragestellungen unter Berücksichtigung ethischer Prinzipien und ihrer Reichweite (u.a. Individualethik, Institutionsethik, Publikumsethik) erforderlich.

In einem zweiten Schritt sollte eine Erarbeitung der unterschiedlichen Ebenen medienethischer Argumentationsverfahren erfolgen. Darüber hinaus wäre eine Untersuchung von Verhaltensgrundsätzen im Bereich der Medizinethik, Technikethik, Wirtschaftsethik und ethischen Normen der Public Relations in bezug auf ihre Relevanz zu „Medienethischen Qualitätskriterien“ ebenso hilfreich wie die Darlegung des medienethischen Forschungsstandes hinsichtlich bereits vorhandener Kriterienkataloge der nationalen und internationalen Medienselbstkontrolle (u.a. Deutscher Presserat, Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen, Freiwillige Verhaltensgrundsätze zu Talkshows).

Eine vergleichende Analyse und Graduierung der dort auftretenden medienethischen Kriterien, Normen und Werte sowie ihre wechselseitigen Abhängigkeiten könnte dazu beitragen, medienethische Qualitätskriterien unter Rekurs auf bereits vorliegende Standards zu erarbeiten um eine Ausdifferenzierung zwischen normativ-ethischen Qualitätspostulaten und professionellen Qualitätsanforderungen zu erhalten.

Dabei ist es erforderlich, eine Typologisierung der Kernbegriffe in der Qualitätsdebatte (z.B. Wahrheit, Vielfalt, Relevanz, Richtigkeit) in bezug auf ihren medienethischen Gehalt vorzunehmen und einen Vergleich dieser Begriffe mit ihrer Verwendung in weitergehenden für die Medienethik relevanten Zusammenhängen (z.B. Rundfunkstaatsverträgen, Urteile des Bundesverfassungsgerichts zur Kommunikationspolitik) vorzunehmen. Dies setzt aber auch ebenso eine detaillierte Analyse der normativen Leitlinien von Jugendschutzbestimmungen (u.a. Jugendschutzgesetz, Jugendmedien-Staatsvertrag) unter Rekurs auf die Auswertung ihrer medienethischen Anforderungen, Richtlinien, Ziele und Restriktionen voraus, um schließlich die Erarbeitung eines medienethischen Katalogs von begründeten Qualitätskriterien zur Einschätzung von Rundfunkbeiträgen vorlegen zu können.

Literaturverzeichnis

- Arbeitsgemeinschaften der Landesmedienanstalten (ALM) (1999): Medienregulierung im Wandel. Zum Rang und zur Rolle der Landesmedienanstalten. Ein Positionspapier der ALM vom 23.3.1999 (www.wlm.de/aktuelles/position/positio10.htm).
- Arbeitsgemeinschaften der Landesmedienanstalten (ALM) (2000): Medienregulierung und Programmaufsicht im privaten Fernsehen. Ein Positionspapier der Landesmedienanstalten im Kontext der Diskussion um Big Brother vom 28.3.2000 (www.alm.de/aktuelles/presse/texte-bigbrother.htm).
- Arens, Edmund (1996): Die Bedeutung der Diskursethik für die Kommunikations- und Medienethik. In: Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz, S. 73-96.
- Avenarius, Horst (1998): Die ethischen Normen der Public Relations. Kodizes, Richtlinien, freiwillige Selbstkontrolle. Neuwied.
- Bermes, Jürgen (1991): Der Streit um die Presse-Selbstkontrolle: Der Deutsche Presserat. Eine Untersuchung zur Arbeit und Reform des Selbstkontrollorgans der bundesdeutschen Presse. Baden-Baden.
- Birnbacher, Dieter (1988): Verantwortung für zukünftige Generationen. Stuttgart.
- Birnbacher, Dieter (1995): Tun und Unterlassen. Stuttgart.

- Birnbacher, Dieter (2000): Medienethik – ideale Forderungen oder praktische Verhaltensregeln? In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster, S. 33-42.
- Birnbacher, Dieter (2003): Analytische Einführung in die Ethik. Berlin.
- Birnbacher, Dieter / Schicha, Christian (2001): Vorsorge statt Nachhaltigkeit – ethische Grundlagen der Zukunftsverantwortung. In: Birnbacher, Dieter / Bruder Müller, Gerd (Hrsg.): Zukunftsverantwortung und Generationensolidarität. Würzburg, S. 17-34.
- Bock, Matthias (1996): Neue Medien im Bildungswesen. Erfahrungen mit Regulierung und Selbstkontrolle in den USA. Gütersloh.
- Bölke, Dorothee (2000): „Das Gesetz allein kann nicht für Anstand sorgen“. Der Presserat an der Schnittstelle von Ethik und Recht. In: Gerhardt, Rudolf / Pfeifer, Hans-Wolfgang (Hrsg.): Wer die Medien bewacht. Medienfreiheit und ihre Grenzen im internationalen Vergleich. Frankfurt am Main, S. 43-52.
- Boventer, Hermann (Hrsg.) (1988): Medien und Moral, Ungeschriebene Regeln des Journalismus. Konstanz.
- Brosda, Carsten / Schicha, Christian (2000a): Medienethik im Spannungsfeld zwischen Ideal- und Praxisnormen – Eine Einführung. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster, S. 7-32.
- Brosius, Hans-Bernd / Rössler, Patrick / Schulte zur Hausen, Claudia (2000): Zur Qualität der Medienkontrolle: Ergebnisse einer Befragung deutscher Rundfunk- und Medienräte. In: Publizistik 4/2000, S. 417-441.
- Bündnis 90 / Die Grünen (Hrsg.) (2003): Qualitätsstandards in den Medien: Zeit für neue Formen der Ausbildung und Aufsicht? Dokumentation der Tagung vom 29.8.2003 in Berlin. Berlin.
- Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften (Hrsg.) (1998): Die Bundesprüfstelle für jugendgefährdende Schriften informiert, Bonn.
- Charta der Initiative Qualität im Journalismus (IQ) des Deutschen Journalistenverbandes (DJV) (2003): www.djv.de/downloads/Charta2.pdf (14.1.2003)
- Debatin, Bernhard (1997): Ethische Grenzen oder Grenzen der Ethik: Überlegungen zur Steuerungs- und Reflexionsfunktion der Medienethik. In: Bentele, Günter / Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. München, S. 281-290.
- Debatin, Bernhard (1997): Medienethik als Steuerungsinstrument? In: Weßler, Hartmut / Matzen, Christiane / Jarren, Otfried / Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Opladen, S. 287-306.
- Debatin, Bernhard (1998): Verantwortung im Medienhandeln. Medienethische und handlungstheoretische Überlegungen zum Verhältnis von Freiheit und Verantwortung in der Massenkommunikation. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Freiheit und Medien, Frankfurt am Main, S. 113-130.
- Debatin, Bernhard (1999): Ethik und Internet. Zur normativen Problematik von Online-Kommunikation. In: Funiok, Rüdiger / Schmäzle, Udo F. / Werth, Christoph H. (Hrsg.): Medienethik – die Frage der Verantwortung. Bonn, S. 274-293.
- Debatin, Bernhard (2002): „Digital Divide“ und „Digital Content“: Grundlagen der Internetethik. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik. Stuttgart, S. 220-237.
- Deutscher Presserat (Hrsg.) (2002): Jahrbuch 2002. Konstanz.
- Dräger, Christian / Schneider, Nikolaus (Hrsg.) (2001): Medienethik. Freiheit und Verantwortung, Stuttgart 2001
- Eisermann, Jessica (1993): Selbstkontrolle in den Medien: Der Deutsche Presserat und seine Möglichkeiten. Berlin.

- Eisermann, Jessica (1997): Medienselbstkontrolle. Ein organisationsanalytischer Vergleich des Deutschen Presserates und der Freiwilligen Selbstkontrolle des Fernsehens. In: Weßler, Hartmut u.a. (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Opladen, S. 137-250.
- Engelhardt, Hans Dietrich (2001): Total Quality Management, Augsburg.
- Enquete-Kommission Zukunft der Medien in Wirtschaft und Gesellschaft Deutschlands Weg in die Informationsgesellschaft Deutscher Bundestag (Hrsg.) (1998): Kinder- und Jugendschutz im Multimediazeitalter. Bonn.
- Freiwillige Selbstkontrolle Fernsehen (FSK) (1996): Prüfgrundsätze der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen (FSF). In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Ethik der Massenmedien. Wien, S. 222-229.
- Funiok, Rüdiger (1996): Grundfragen einer Publikumsethik. In: Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz, S. 107-122.
- Funiok, Rüdiger (2000): Legitime Bedürfnisbefriedigung in einer gemeinwohlorientierten Rahmenordnung. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster, S. 53-61.
- Funiok, Rüdiger (2000): Medienethik. Der Wertediskurs über Medien ist unverzichtbar. In: Aus Politik und Zeitgeschichte B 41-42/2000, S. 11-18.
- Funiok, Rüdiger (2000): Zwischen empirischer Realität und medienpädagogischer Praxis. Das Publikum als Adressat der Medienethik. In: Rath, Matthias (Hrsg.) (2000): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Wiesbaden, S. 89-104.
- Funiok, Rüdiger (2001): Mit Medien über Werte sprechen. In: tv diskurs. Ausgabe 17. Juli 2001, S. 64-69.
- Funiok, Rüdiger (2002): Medienethik: Trotz Stolpersteinen ist der Wertediskurs über Medien unverzichtbar. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik, Stuttgart, S. 37-58.
- Funiok, Rüdiger (Hrsg.) (1996): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz.
- Funiok, Rüdiger / Schmälzle, Udo F. / Werth, Christoph H. (1999): Medienethik vor neuen Herausforderungen. In: Funiok, Rüdiger / Schmälzle, Udo F. / Werth, Christoph H. (Hrsg.): Medienethik – die Frage der Verantwortung. Bonn, S. 15-34.
- Funiok, Rüdiger / Schmälzle, Udo F. / Werth, Christoph H. (Hrsg.) (1999): Medienethik – die Frage der Verantwortung. Bonn.
- Gemeinsame Stelle Jugendschutz, Programm, Medienkompetenz und Bürgermedien der Landesmedienanstalten (Hrsg.) (2001): Bewertungsleitfaden für die Programmaufsicht im Rundfunk. August 2001 (Ms).
- Gleich, Uli (2003): Qualität im Journalismus am Beispiel der Kriegsberichterstattung. In: Media Perspektiven 2/2003, S. 139-148.
- Gottberg, Joachim von (2001): Jugendschutz oder Medienethik. In: tv diskurs. Ausgabe 17. Juli 2001, S. 70-73.
- Grimm, Jürgen (2002): Kooperative Koregulierung statt punktuellen Staatsinterventionismus. Reformperspektiven des Jugendmedienschutzes in Deutschland. In: tv diskurs. Ausgabe 19. Januar 2002, S. 50-55.
- Habermas, Jürgen (1985³): Theorie des kommunikativen Handelns, 2 Bde. Frankfurt am Main.
- Hagen, Lutz M. (1996): Wie krank war Honecker wirklich? Zur Richtigkeit von Agentur-Meldungen. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Beiträge zur Medienethik. Bd. 3. Frankfurt am Main, S. 211-230.
- Holderegger, Adrian (Hrsg.) (1999): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg (Schweiz).
- Hummel, Thomas (1997): Total Quality Management. München.
- Karmasin, Matthias (Hrsg.) (2002): Medien und Ethik, Stuttgart.
- Krainer, Larissa (2001): Medien und Ethik. Zur Organisation medienethischer Entscheidungsprozesse, München.

- Krainer, Larissa (2002): Medienethik als angewandte Ethik: Zur Organisation ethischer Entscheidungsprozesse. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik. Stuttgart, S. 156-174.
- Kübler, Hans-Dieter (1996): Medienqualität – was macht sie aus? Zur Qualität einer nicht beendeten, aber verstummten Debatte. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Wahrheit als Medienqualität. Beiträge zur Medienethik. Bd. 3. Frankfurt am Main, S. 193-210.
- Lenk, Hans / Maring, Matthias (Hrsg.) (1992): Wirtschaft und Ethik. Stuttgart.
- Lenk, Hans / Ropohl, Günter (Hrsg.) (1993): Technik und Ethik. Stuttgart.
- Lesch, Walter (1996): Diskursethik als Basistheorie der Medienkommunikation. In: Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Grundfragen der Kommunikationsethik. Konstanz, S. 97-106.
- Leschke, Rainer (2001): Einführung in die Medienethik. München
- Loretan, Matthias (1999): Grundriss einer Medienethik als Theorie des kommunikativen Handelns. In: Holderegger, Adrian (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg (Schweiz), S. 153-183.
- Meyer, Thomas / Ontrup, Rüdiger / Schicha, Christian (2000): Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen. Opladen/Wiesbaden.
- Meyer, Thomas / Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.) (2001): Diskurs-Inszenierungen – Zur Struktur politischer Vermittlungsprozesse am Beispiel der Debatte zur „Ökologischen Steuerreform“, Wiesbaden
- Müller, Christian (2001): Medien, Macht und Ethik. Wiesbaden.
- Neuberger, Christoph (1997): Was ist wirklich, was ist wichtig? Zur Begründung von Qualitätskriterien im Journalismus. In: Bentele, Günter / Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. München, S. 311-323.
- Pöttker, Horst (1989): Skandale und journalistische Ethik. Sechs Thesen zur Diskussion. In: Medium 2/1989, S. 17-20.
- Pöttker, Horst (1997): Aktualität und Vergangenheit. Zur Qualität des Geschichtsjournalismus. In: Bentele, Günter / Haller, Michael (Hrsg.): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit. Akteure – Strukturen – Veränderungen. München, S. 335-348.
- Pöttker, Horst (1998): Öffentlichkeit durch Journalismus. Zum Programm der Journalistik. In: Publizistik, 43. Jahrgang, Heft 3, S. 229-249.
- Pöttker, Horst (1998): Von Nutzen und Grenze der Medienfreiheit. Daniel Defoe und die Anfänge eines Ethos der Öffentlichkeitsberufe. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Freiheit und Medien, Frankfurt am Main, S. 207-226.
- Pöttker, Horst (1999): Berufsethik für Journalisten? Professionelle Trennungsgrundsätze auf dem Prüfstand. In: Holderegger, Adrian (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg (Schweiz), S. 299-327.
- Pöttker, Horst (1999): Öffentlichkeit als gesellschaftlicher Auftrag. Zur Verhältnis von Berufsethos und universaler Moral im Journalismus. In: Funiok, Rüdiger / Schmäzle, Udo F. / Werth, Christoph H. (Hrsg.): Medienethik – die Frage der Verantwortung. Bonn, S. 215-232.
- Pöttker, Horst (2000): Kompensation von Komplexität. Journalismustheorie als Begründung journalistischer Qualitätsmaßstäbe. In: Löffelholz, Martin (Hrsg.): Theorien des Journalismus. Ein diskursives Handbuch. Wiesbaden, S. 375-390.
- Pöttker, Horst (2000): Sloterdijk, Assheuer, Brumlik. Was die Diskursethik in den deutschen Debatten zählt. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster, S. 124-132.
- Pöttker, Horst (2001): Soziale Verantwortung im Journalismus. Der Deutsche Presserat als Beispiel für Institutionen außerrechtlicher Medienkontrolle in der Bundesrepublik Deutschland. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 2/2001, S. 6-11.

- Rager, Günther (2000): Ethik – eine Dimension von Qualität? In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster, S. 76-89.
- Rath, Matthias (Hrsg.) (2000): Medienethik und Medienwirkungsforschung. Wiesbaden.
- Rühl, Manfred / Saxer, Ulrich (1991): 25 Jahre Deutscher Presserat. Ein Anlaß für Überlegungen zu einer kommunikationswissenschaftlichen Ethik des Journalismus und der Massenkommunikation. In: Publizistik 26/1981, S. 471-507.
- Ruß-Mohl, Stephan (1992): Am eigenen Schopfe. Qualitätssicherung im Journalismus – Grundfragen, Ansätze, Näherungsversuche. In: Publizistik 37, 1/1992, S. 83-96.
- Sass, Hans-Martin (1989): Medizin und Ethik. Stuttgart.
- Saxer, Ulrich (1984): Journalismus und Medienethik: Möglichkeiten und Grenzen ethischer Selbstverpflichtung. In: Media Perspektiven 1/84, S. 21-32.
- Saxer, Ulrich (1999): Journalistische Ethik im elektronischen Zeitalter – eine Chimäre? In: Holderegger, Adrian (1999): Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven. Freiburg (Schweiz), S. 184-197.
- Schicha, Christian (1997): Medien und Moral. Zur Notwendigkeit einer Medienethik. In: IKÖ-Rundbrief Nr. 18, S. 17-20.
- Schicha, Christian (1998): Medien, Moral und Kommunikation. Handlungsoptionen zwischen normativen Ansprüchen und praktischen Umsetzungsmöglichkeiten. IKÖ-Diskussionsforum. Band 2. Duisburg.
- Schicha, Christian (1998): Zum Spannungsfeld zwischen normativen Ansprüchen und praktischen Sachzwängen im Journalismus, Vortrag vom 30.8.1997 im Rahmen des Kurses Friedensjournalismus des Internationalen Friedenskollegs Berlin im Truman-Haus Potsdam Babelsberg, in: IKÖ-Rundbrief Nr. 20, Februar 1998, S. 11-23.
- Schicha, Christian (1999): Internet und Ethik – Chancen und Risiken weltweiter Vernetzung. In: Langkau, Thomas / Schicha, Christian / Trampe, Wilhelm (Hrsg.): Internet und Bildung – Perspektiven für die Informationsgesellschaft. IKÖ-Diskussionsforum. Band 4. Duisburg, S. 15-24.
- Schicha, Christian (1999): Kriegsberichterstattung zwischen Anspruch und „Wirklichkeit“ – Kriterien für den Friedensjournalismus. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 2/1999, S. 10-13.
- Schicha, Christian (1999): MigrantInnen und Medien- Neue Herausforderungen an die Integrationsfunktion von Presse und Rundfunk, Jahrestagung des Arbeitskreises „Politik und Kommunikation“ der Deutschen Vereinigung für Politische Wissenschaft und der gleichnamigen Fachgruppe der DGPK vom 11-12.6.1999 an der Universität Duisburg, in: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 1/1999, S. 56-57.
- Schicha, Christian (2000): „Leb wie Du Dich fühlst?“ Zur Fiktion von Authentizität beim Sendeformat Big Brother. In: Weber, Frank (Red.): Big Brother. Inszenierte Banalität zur Prime-Time. Münster, S. 77-94.
- Schicha, Christian (2000): Medien und Moral. Zur Notwendigkeit einer Medienethik. In: Laurentius, H.2, S. 114-117.
- Schicha, Christian (2000): Öffentlichkeit unter Medienbedingungen. Zur Diskrepanz zwischen normativen Konzepten und der Praxis der Politikberichterstattung. In: Schicha, Christian/Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Münster, S. 173-194.
- Schicha, Christian (2001): Die Rhetorik des Krieges – Anmerkungen zum journalistischen Sprachgebrauch bei Berichten über militärische Konflikte. In: Journalistik Journal 1/2001, S. 17.
- Schicha, Christian (2001): Ethik der Werbung. Zu den Grenzen der persuasiven Kommunikation bei Produkten und Politikern, in: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 2/2001, S. 20-28.

- Schicha, Christian (2001): Kommunikationsökologie und Medienökologie – Normative Anforderungen im Spannungsfeld zwischen Theorie und Praxis. In: Umwelt-Medizin-Gesellschaft 3/2001, S. 191-200.
- Schicha, Christian (2002): Ein Experiment wir mit Ratten? Zur „Moraldebatte“ beim Sendeformat Big Brother. In: Schweer, Martin K.W./Schicha, Christian/ Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Das Private in der öffentlichen Kommunikation. Big Brother und die Folgen. Köln 2002, S. 105-132
- Schicha, Christian (2002): Medienethische Aspekte am Beispiel politischer Talkshows im Fernsehen. Zur Diskrepanz zwischen den Postulaten an argumentative Diskurse und den Praktiken medialen Handelns, in: Debatin, Bernhard / Funiok, Rüdiger (Hrsg.): Kommunikations- und Medienethik. Grundlagen - Ansätze – Anwendungen, Konstanz, S. 183-202.
- Schicha, Christian (2002): Politik als Inszenierung. Zur Angemessenheit bei der Politikvermittlung in Unterhaltungsformaten. In: Forum Medienethik 2/2002, S. 61-67
- Schicha, Christian (2003): Medien, Migrantinnen und Migranten. Konsequenzen für die Integration durch die Berichterstattung und das Rezeptionsverhalten. In: Schweer, Martin K.W. (Hrsg.): Die Neue Rechte. Eine Herausforderung für Forschung und Praxis. Frankfurt am Main, S. 35-57.
- Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.) (2000): Medienethik zwischen Theorie und Praxis. Normen für die Kommunikationsgesellschaft, Münster
- Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.) (2002): Medien und Terrorismus. Reaktionen auf den 11. September 2001. Münster.
- Schweer, Martin K.W. / Schicha, Christian / Nieland, Jörg-Uwe (Hrsg.): Das Private in der öffentlichen Kommunikation – Big Brother und die Folgen, Köln 2002
- Teichert, Will (1996): Journalistische Verantwortung: Medienethik als Qualitätsproblem. In: Nida-Rümelin, Julian (Hrsg.): Angewandte Ethik. Die Bereichsethiken und ihre theoretische Fundierung. Stuttgart, S. 750-777.
- Tenscher, Jens / Schicha, Christian (Hrsg.) (2002): Talk auf allen Kanälen. Angebote, Akteure und Nutzer von Fernsehgesprächen, Wiesbaden.
- Thomass, Barbara (2002): Berufliche Sozialisation und die Ethik der Medienmacher im internationalen Vergleich. In: Karmasin, Matthias (Hrsg.): Medien und Ethik. Stuttgart.
- VPRT (Hrsg.) (1998): Freiwillige Verhaltensgrundsätze der im Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation e.V. (VPRT) zusammengeschlossenen privater Fernsehanbieter zu Talkshows im Tagesprogramm vom 30.6.1998 (Ms).
- Wallisch, Gianluca (1995): Journalistische Qualität. Definitionen – Modelle – Kritik. Konstanz.
- Weil, Felix (2001): Die Medien und die Ethik. Grundzüge einer brauchbaren Medienethik. Freiburg/München.
- Weischenberg, Siegfried (1992): Journalistik. Theorie und Praxis aktueller Medienkommunikation. Band 1: Mediensystem, Medienethik, Medieninstitutionen. Opladen.
- Weßler, Hartmut / Matzen, Christiane / Jarren, Otfried / Hasebrink, Uwe (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik, Opladen.
- Wiegerling, Klaus: (1998): Medienethik. Stuttgart, Weimar.
- Wild, Claudia (1990): Ethik im Journalismus. Individualethische Überlegungen zu einer journalistischen Berufsethik. Wien.
- Wunden, Wolfgang (Hrsg.) (1996): Wahrheit als Medienqualität. Beiträge zur Medienethik. Bd. 3. Frankfurt am Main.
- Wyss, Vinzenz (2000): Medienmanagement als Qualitätsmanagement. In: Karmasin, Matthias / Winter, Carsten (Hrsg.): Grundlagen des Medienmanagements. München, S. 149-172.

